

《广告计算机应用》

图书基本信息

书名：《广告计算机应用》

13位ISBN编号：9787561427149

10位ISBN编号：756142714X

出版时间：2004-1

出版社：第1版(2004年1月1日)

作者：彭虹

页数：250

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《广告计算机应用》

内容概要

全书完全按照现行广告领域对于媒体的基本划分进行分类，对于每一个方面的应用，基本按照核心概念、系统框图、实现途径、软件概述的思路进行论述。对于核心概念，主要选择那些对广告领域影响大，而学习者在应用过程中经常面对的进行分析和论述。对于系统描述，则主要侧重于宏观把握整个应用系统的完整和清晰。对于实现途径，主要依靠一些具体的实例讲解应用系统实现某个广告的过程和正确的方法。对于每一个应用领域的专业软件，则主要介绍其特点和异同，选择有代表性的专业应用软件进行基本介绍，讲解主要发展历程、基本模块、命令列表等。

《广告计算机应用》

作者简介

彭虹，四川大学文学—新闻学院广告学系副教授。本科学习工业自动化专业，毕业后从事自动控制科研工作。1994年后研究重心全面转向传播、广告与网络，承担计算机文化、计算机广告设计、广告学、网络广告、广告经营与管理、网络传播研究、广告实务研究等本科与研究生课程教学任务。在技术与人文方面有较深的造诣，实践经验丰富，曾服务于中国移动、中国电信、国宝香、蓉生药业、农业银行等知名企业。

《广告计算机应用》

书籍目录

第一章 引言 第一节 计算机对广告是一种帮助还是一场革命 第二节 广告中的计算机不应再孤独下去 第三节 计算机图形、图像技术的发展历程 第四节 本书概述第二章 计算机 第一节 话说计算机 第二节 计算机系统的基本概念 第三节 计算机应用系统的基本概念 第四节 PC机、苹果机与工作站第三章 广告计算机应用的几个概念 第一节 关于数字化 第二节 图形与图像 第三节 色彩模式 第四节 精度描述 第五节 关于二八原则第四章 在印刷广告中的应用 第一节 印刷广告设计系统 第二节 印前系统 第三节 印前技术的“葵花宝典” 第四节 主要平面设计软件第五章 在户外广告中的应用 第一节 喷绘与雕刻系统 第二节 丝网印刷系统 第三节 户外显示屏系统第六章 在影视广告中的应用（系统与关键技术） 第一节 数字化影视技术概貌 第二节 非线性编辑系统的构成 第三节 三维数字影像处理 第四节 关于通道与格式第七章 在影视广告中的应用（动画软件） 第一节 3D Studio MAX简介 第二节 Maya简介 第三节 Softimage 3D简介 第四节 Lightwave简介 第五节 主要2D动画软件第八章 在影视广告中的应用（非线性编辑与合成软件） 第一节 主要的非线性编辑软件 第二节 主要合成软件 第三节 数字影像处理系统的硬件配置第九章 在网络广告中的应用 第一节 网络的技术概念 第二节 网络不仅是一个传播媒体 第三节 网络环境下的营销模式 第四节 网络广告的特征与形式 第五节 网络广告的创意方法第十章 多媒体技术在广告中的应用 第一节 多媒体的基本概念 第二节 多媒体技术与系统的应用第十一章 应用于网络与多媒体广告的主要软件第十二章 虚拟现实，一个可以触摸的未来结语后记

《广告计算机应用》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com