

《广告设计新思路》

图书基本信息

书名：《广告设计新思路》

13位ISBN编号：9787806787236

10位ISBN编号：7806787232

出版时间：2007-6

出版社：上海书店出版社

作者：刘彦荣

页数：59

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

《广告设计新思路》

内容概要

本书的读者对象和教学对象是基本一致的，主要是理工类、综合类院校的艺术设计类专业的学生。本书以理论为线索，运用大量典型图例来说明问题，以专业设计实战为目的，紧紧抓住广告设计学习者的心理，充分考虑提高学习者的实际能力，以及解决在工作和学习中经常遇到的实际问题，较好地配合理工类、综合类院校设计专业学生的学习，有的放矢地将理论与实例相结合，通过本书的学习可使读者的专业设计水平得到更大的提高。本书共分5章，深入浅出、图文并茂地将技巧、设计理念融为一体。

《广告设计新思路》

书籍目录

序第一章 广告设计概述 一、广告的定义 二、广告的目的 三、广告的作用 1.信息交流 2.促进流通 3.促进竞争 四、广告的职能 1.信息传播的功能 2.指导消费的功能 3.沟通产销渠道促、进商品销售的功能 4.鼓励竞争、促进生产经营与管理的功能 五、现代广告的构成要素 1.广告的主体 2.商业广告的有偿性 3.广告的性质 4.广告的发布第二章 广告的各类的推广形式 一、广告的种类 1.政治宣传广告 2.文化艺术的广告 3.商品经济广告 4.社会公益广告 二、广告的推广形式 1.平面广告 2.电波广告 3.网络广告 4.户外广告第三章 广告设计的创意 一、广告形象的创意 1.广告创意的内涵 2.广告创意的原则 二、广告创意的市场分析与策略 1.广告创意的市场分析 2.广告创意的策略要点 三、广告创意的过程 四、广告创意的思维方法第四章 广告创意的思维方法 一、广告中的文字设计 二、广告中的色彩设计 三、广告中的图形设计 四、广告的编排设计第五章 广告设计的程序与表现 一、广告设计的程序 二、广告的设计表现形式参考书目后记

《广告设计新思路》

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