

《广告视觉设计基础》

图书基本信息

书名：《广告视觉设计基础》

13位ISBN编号：9787561524329

10位ISBN编号：7561524323

出版时间：2008-12

出版社：厦门大学出版社

作者：罗萍

页数：261

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

《广告视觉设计基础》

内容概要

《广告视觉设计基础(第2版)》主要是通过设计的共性规律——设计基础的学习，帮助初学者跨进广告设计的大门。视觉艺术形象以它的直观性、易识别、易记忆、生动感人的特点赢得了人们的偏爱，同时在人们接受信息时占有了绝对的优势。

《广告视觉设计基础(第2版)》主要是针对新闻传播学科广告专业的学生特点编写的。这些学生都是以优秀的文化成绩考上大学的，理解能力和接受能力很强，但缺乏绘画基础，需要从头开始，也需要在有限的课时里了解较全面的绘画知识。目前国内出版的艺术设计基础教材也很多，但把造型基础与设计基础、美学知识及作品评析完整编为一册的，《广告视觉设计基础(第2版)》还是属首例。要说《广告视觉设计基础(第2版)》的意义，也许即在于此。

需要说明的是，书中采用“造型”一词，而没有采用“造型”一词。

《广告视觉设计基础》

书籍目录

总序前言第一章 广告视觉设计相关概念的界定 第一节 广告视觉设计基础的地位与任务 第二节 广告设计作品与纯美术作品之比较 第三节 广告设计与视觉艺术的关系 第四节 广告设计与构成基础的关系 第五节 广告创意设计人员的基本素质 练习与思考第二章 视觉设计的造形基础与基础训练 第一节 广告设计造形基础概述 第二节 从素描造形基本功训练进入设计 第三节 东方绘画形式的基本功训练 练习与思考第三章 平面设计视觉基本原理 第一节 平面视觉元素的基本概念 第二节 “点”的视觉规律及其视觉创造 第三节 线的视觉特性及其造形规律 第四节 面的视觉特性及其造形规律 第五节 视错觉现象 练习与思考第四章 视觉形态的设计规律及运用 第一节 重复构成形式及其应用 第二节 渐变构成形式及其应用 第三节 发射构成形式及其应用 第四节 变异构成形式及其应用 第五节 对比构成形式及其应用 第六节 空间构成形式及其应用 练习与思考第五章 平面设计基本表现方法 第一节 表现方法与技法的意义 第二节 传统的表现方法 第三节 反传统的表现方法 练习与思考第六章 设计创意的思维规律和方法 第一节 设计思维的规律 第二节 视觉设计经验积累的途径 第三节 视觉设计的形式美与美感创造 练习与思考第七章 色彩设计基础方法第八章 相关专业知识问答附录一：优秀作品评析附录二：相关艺术与设计名词概念简介参考文献

精彩短评

- 1、这个课本还不错，支持下罗萍老师。
- 2、不知所云，不知所云，不知所云!
- 3、内容还是挺充实的。

《广告视觉设计基础》

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