

# 《现代广告设计创意与表现》

## 图书基本信息

书名：《现代广告设计创意与表现》

13位ISBN编号：9787560516868

10位ISBN编号：7560516866

出版时间：2003-06-01

出版社：西安交通大学出版社

作者：杭海

页数：104

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](http://www.tushu000.com)

# 《现代广告设计创意与表现》

## 内容概要

本书从全新的角度对广告定位的变迁，广告的信息传输，图像、文字与声音的意义，欲望的艺术，广告的生态责任等方面进行了阐述，提出新观点及创意表现的方式方法。

# 《现代广告设计创意与表现》

## 作者简介

杭海  
1965年出生于江苏省南京市，1991年毕业于中央工艺美术学院，获硕士学位。现任中央美术学院设计学院副教授。著有《借题发挥--招贴设计《关注老人》的教学笔记》，《十一个人的自我推广:创意的心理研究与过程分析》，《孩子的方式--一个艺术家的教子手记》等

目录:

前言

第一章 定位的变迁

第二章 广告的信息传达

第三章 图像，文字与声音

第四章 欲望的艺术

第五章 广告的生态责任

## 精彩短评

1、广告都挺好看，讲述清楚明白

# 《现代广告设计创意与表现》

## 精彩书评

1、插图、版式都很给力，内容更给力，如果您只想看重点，只用看画底线的大字就行了。把研究理论运用到实践当中，此书可见一斑。比那种纯文字的枯燥东西受看多了！在这本书中，句句灵感乍现，图图思维爆裂。但我只记了一些我感受最深和与我有共鸣的要点：通过一种独特的视觉形式来区分符号和象征单一诉求、突出特征重复便于记忆写得少，说得多（同适用于演讲）令人耳目一新并与从不同，不落俗套，有助于唤起受众注意1.与周围相比，显得突出2.合乎观看者需要不要频繁改变策略和卖点简化、简化、再简化（同适用于任何地方）有震撼力的广告往往出于直觉和一时的灵感情感体验大于逻辑理性定位是个屁！

# 《现代广告设计创意与表现》

## 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](http://www.tushu000.com)