

<<计算机广告制作>>

图书基本信息

书名：<<计算机广告制作>>

13位ISBN编号：9787040147551

10位ISBN编号：7040147556

出版时间：2004-5

出版时间：高等教育出版社

作者：杨恩德 著

页数：219

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：<http://www.tushu007.com>

<<计算机广告制作>>

前言

计算机数码科技推动了文化教育、产品制造以及其他诸多行业的迅猛发展，导致社会对广告设计人员专业技术水平和运用高新技术手段的能力要求与日俱增。

现在，广告宣传、出版印刷、包装装潢、展示展览、装饰与环境、工业产品造型等艺术类的设计制作及创新形式正发生着巨大变化，先进的计算机平面、三维设计制作方法已经被广告和出版印刷界广泛采用，传统的手工或工具方法难以实现的功能、效果和效率，借助计算机崭新的工作方式以及它所营造的强烈的视觉震撼效果得以实现。

计算机广告及其相关专业，也以其独特的魅力影响和改造着富有创造力的新一代人的知识结构体系。

理论紧密联系实际的方法在教学中也是行之有效的。

就广告而言，纯粹的“设计”和纯粹的“制作”是不存在的，本书作为高等院校高职高专学生的教材，以“培养高等技术应用型、复合型人才”和“精炼基础理论内容，以应用为目的、以必须够用为度”等高职高专教学改革思想为指导，将丰富的、抽象的广告艺术设计制作理论放在应用实例制作过程中理解，结合教学和实训，以新颖的图例、通俗易懂的文字构成独立体系。

计算机广告制作涉及范围广、应用层面多。

本书主要从计算机广告制作、图形图像处理、计算机应用等角度出发，不涉及较多的艺术理论知识，从实用角度去讲解计算机广告制作，以满足相关专业的需要，让读者从大量的实例中获得计算机广告制作的知识和技能。

本书由杨恩德主编，其中第2章由彭丰编写，第4.1小节“影视广告”由重庆幻像数码影视艺术有限公司的效果总监王兴编写。

全书承四川美术学院教学副院长罗力教授审阅，他提出的意见对我们修改和补充书稿内容提供了很大帮助，在此表示诚挚的谢意。

需要特别说明的是，本书作为教材，不可避免地参考了相关学者的著述，采用了同行及学生的作品，涉及重庆升宏数码、三星印务、和氏璧广告等单位 and 公司的名称、作品或产品，它们均属各自所有，这里的引用完全用于教学目的。

另外，在编写过程中还得到崔轩辉、税蔚虹等同志的大力帮助，藉此机会谨向他们表示衷心的感谢。

<<计算机广告制作>>

内容概要

教育部新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目成果，是组织有关教育部高职高专教育专业教学改革试点院校编写的。

《计算机广告制作》主要介绍计算机平面、立体和其他形式广告的创意和制作。

全书共5章，内容包括广告图形学和CorelDRAW、Photoshop、3DsMAX、PageMaker等计算机图形制作、排版软件的应用。

具体涉及的内容有：广告的概念、要素、媒介、分类、功能等，计算机广告的特点、分类和输入输出设备，平面广告的构成要素、构成法则；计算机平面广告的图形获取、表现方法和字体特效，公益和商业广告涵盖的招贴、海报、报纸、杂志、POP、直邮、网络广告、视觉识别（VI）手册和商业（或产品）宣传册等多种平面广告实例制作；以展示、灯箱、户外广告效果图制作实例为背景讲解计算机立体广告制作；介绍影视、商业置光广告等制作形式及计算机广告制作职业技能的拓展。

重点介绍计算机图形和广告制作的实际应用和创作技巧。

为了方便学习，《计算机广告制作（附光盘）》附有配套光盘，内容包括静态和动态的广告实例及素材，与书本内容同步并有所补充，增大了容量。

《计算机广告制作（附光盘）》内容涉及面广。

编写过程中将庞大的、抽象的广告艺术设计制作理论融于应用实例制作过程中，内容不涉及纯粹的图形构成学理论，同时也避免了程式化的软件操作描述，通过列举大量实例让读者掌握计算机广告制作的方法。

《计算机广告制作（附光盘）》适合于高等职业学校、高等专科学校、成人高校、本科院校举办的二级职业技术学院，也可供示范性软件职业技术学院、继续教育学院、民办高校、技能型紧缺人才培养使用，还可供本科院校、计算机专业人员和爱好者参考使用。

<<计算机广告制作>>

书籍目录

第1章 认识广告1.1 广告概述1.1.1 广告概念溯源1.1.2 现代广告要素1.1.3 现代广告媒介1.2 现代广告的分类和功能1.2.1 现代广告的分类1.2.2 现代广告的功能1.3 计算机图形、图像1.3.1 计算机图形、图像概述1.3.2 计算机图形、图像制作的特点1.3.3 计算机图形、图像的文件格式1.3.4 计算机图形、图像的色彩模式1.4 计算机广告1.4.1 计算机广告概述1.4.2 计算机广告的分类第2章 计算机平面广告制作2.1 平面广告的构成要素2.2 计算机平面广告的图形处理要素2.2.1 计算机平面广告的图形获取2.2.2 计算机平面广告的图形表现方法2.2.3 计算机平面广告制作中的字体特效2.3 计算机平面广告的构成技能2.3.1 公益平面广告实例制作2.3.2 商业挂旗广告制作案例2.3.3 报纸、杂志广告2.3.4 POP广告2.3.5 海报、招贴2.3.6 户外广告2.3.7 直邮广告2.3.8 网络广告2.4 特殊的平面广告形式——VI手册、宣传册2.4.1 VI手册制作2.4.2 旅游宣传册制作第3章 计算机立体广告制作3.1 计算机立体广告概述3.2 计算机立体广告制作3.2.1 CorelDRAW绘制“伪三维立体广告”的制作流程3.2.2 3DSMAX、AutoCAD、Photoshop等软件的综合应用实例3.2.3 展示制作方案及应用实例3.2.4 灯箱、车身、户外广告效果图的制作实例第4章 其他计算机广告制作形式4.1 影视广告4.1.1 影视广告概述4.1.2 影视广告制作流程4.2 现代商业置光广告4.2.1 概述4.2.2 现代商业置光广告的光源及实例制作第5章 计算机广告制作职业需求5.1 计算机平面广告的设计制作程式5.2 排版系统介绍5.3 计算机广告制作职业扩展应用5.3.1 计算机广告文字创意及编排5.3.2 计算机广告版式编排5.3.3 计算机包装图稿的创意参考文献

<<计算机广告制作>>

章节摘录

2.2.1 计算机平面广告的图形获取 计算机平面广告的图形可分为两大类：具象类和抽象类。点、线、面既是具体的，又是相对的，是根据所在空间中的相互关系以及构形的方法来决定的。点以位置为主，线以方向、长度、形状为主，面以面积和形状为主，它们都各自有着不同的视觉效果。

通常，人们靠感觉和知觉去发现包括图形在内的每一种客观事物的个别属性，再用知觉去反映事物存在着共同规律的过程，加进逻辑思维、判断分析，最后由此提炼和升华。

在现代广告制作中，计算机已经承担了大部分的工作，它在有限的时间内产生的某些特效是传统手工无法比拟的。

但是，计算机仅仅是作为一种工具，它所做的一切都必须由制作者给予准确的信号指令，也就是说，计算机平面广告的图形获取者是设计制作的人而非电脑。

计算机平面广告图形制作，是将美学原理和实用功能结合起来的创造性活动，属于系统工程。它不同于理工科能用统一的公式、定理套算，也有别于文学作品的茫茫文字遨游，它是从任务确立开始就观察，收集素材，获取计算机平面广告制作的第一手资料，并且抓住图形成因规律，遵循一般形式美法则，来准确表达特殊的构成形式。

<<计算机广告制作>>

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:<http://www.tushu007.com>