第一图书网, tushu007.com

# <<实用广告设计>>

## 图书基本信息

书名：<<实用广告设计>>

13位ISBN编号：9787102024257

10位ISBN编号：7102024258

出版时间：2001-1

出版时间：人民美术出版社

作者：牟跃 编著

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

## 内容概要

广告设计者应时刻洞察大众的消费心理，具备超人的创意和卓越的设计技能。
为了能努力做到这一点。
本书力图为广告设计的理论运作和实际制作，梳理出清晰的脉络。
本书分为十三章，六十六节。
前三章的重点是原理部分，第四章至第七章阐述了广告设计的共性内容，第八章至第十三章在广告设计的各个领域的诸方面进行了具体的实际创作与制作的论述。
本书不仅适用广告专业的学习教材，更对职业广告设计人员具有实用性。
在撰写过程中广泛参考和国内外多种文献，本人百余幅作品和指导学生的课堂作品也适量收入本书，在此就不一一列出。

## 作者简介

牟跃，1952年生于天津市，1980年毕业于天津美术学院工艺美术设计系,后留校工作。
1987年调入南开大学分校任教。
1988年11月-1989年11月经中华全国青年联合会和日本文化技术协力委员会选派到日本东京研修艺术设计。

1990年4月-1993年4月在日本东京国立学艺大学环境设计专业读硕士研究生。

1993年毕业后在天津师范大学任教，讲师、副教授，兼任日本茨城基督教大学教授。
现任天津师范大学艺术学院艺术设计系主任、中国标志设计研究中心主任、滨海学院副院长、中国美术家协会天津分会、日本室内设计协会、中国建筑学会室内设计分会、中国天津日语教育学会会员。

## 书籍目录

第一章；概述 一 现代广告设计 二 广告的分类和选择 三 广告的设计程序 四 现代国际广告管理和发展趋势 五 “ AD ”应具备的条件第二章；广告设计动作策略 一 广告策略 二 广告策划 三 广告创意 四 广告受众心理及文体分类 五 广告定位 六 定位设计分类第三章；广告设计主题创意 一 广告主题的定义 二 广告主题的确定 三 广告主题的表现题材 四 人类需求的五个等级 五 广告文案 六 广告语第四章；广告的色彩和构成 一 广告色彩设计的特点 二 广告色彩设计要素 三 广告色彩的调制 四 色彩的识别、象征和传达 五 现代广告构成第五章；广告标志设计 一 标志的类别 二 标志与广告 三 标志的设计要求和表现方法 四 标志的艺术表现形式 五 商标设计 七 标志设计新趋势第六章；广告平面设计新特点 一 现代广告平面设计新特眯 二 视觉美感与传递功能 三 广告构图类型 四 基本图形设计形式 五 商业广告表现技法 六 广告设计与印刷工艺第七章；广告平面设计的类别 一 招贴广告 二 报纸广告 三 样本广告 四 杂志广告 五 邮寄广告 六 其他形工的广告媒体第八章；户外广告设计……第九章；POP广告设计第十章；包装广告设计第十一章；橱窗广告设计第十二章；广告展示设计第十三章；影视广告设计附图

## 章节摘录

插图

## 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