<<广告设计>>

图书基本信息

书名：<<广告设计>>

13位ISBN编号：9787112076246

10位ISBN编号：7112076242

出版时间：2005-9

出版时间：中国建工

作者：莫军华

页数：173

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>

<<广告设计>>

内容概要

本书对近现代广告的发展过程作一个简单回顾，并通过大量的广告图例来论述中国广告设计的发展趋势，并阐明广告设计后期制作的重要性。

本书分为4个部分：1. 广告设计的发展，论述了广告设计的诞生、广告设计的复兴和介绍现代广告设计的流派；2. 广告设计的分类，从房地产、汽车、日用品、药品和形象类5个类别论述广告设计的方法，并通过介绍全国十佳广告摄影师的作品阐明后期制作对广告设计的重要性，以及介绍一流制作公司的后期技术；3. 广告设计的课程训练，是检验学生理论学习的重要环节，该环节展示了四年级视传专业学生的广告设计课堂作业，并对部分作业进行点评；4. 广告设计精英访谈录，是通过介绍一线广告人的思想和对广告设计的见解，为年轻广告设计师和高等艺术院校在校学生提供参考。

全书图文并茂，收录大量经典广告设计案例，将给读者带来全新感受，对工作或学习有一定的参考价值。

<<广告设计>>

书籍目录

广告设计概述 广告设计的分类 广告设计的方法 广告设计的行为 广告设计的审美取向 广告设计的课程训练 附录 后记

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>