

<<POP设计与制作>>

图书基本信息

书名：<<POP设计与制作>>

13位ISBN编号：9787122109583

10位ISBN编号：7122109585

出版时间：2011-6

出版单位：化学工业出版社

作者：刘亚丹，等 编

页数：101

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>

<<POP设计与制作>>

前言

随着中国经济的高速发展,商品的更新换代越来越快,传统广告由于成本高、制作慢更换时间长、宣传场地要求高等缺点,已不能满足现代商品宣传的需求,急需一种新的广告形式来代替,成本低廉、简单快捷,具有其他促销售广告所无法比拟的优势的手绘POP广告,由于它突出的优势,在国际零售行业中,得到很多商家的重视,发展速度呈几何级数增长,很“陕”就担负起了商品销售的重要角色。

手绘POP广告的特点和优势如下。

1. POP海报以醒目的色彩搭配、灵活多变的版式布局、易认易读的字体,幽默夸张的插图,向消费者宣传和传递商品的“特色”。

2. POP广告不借助任何机械设备,亲手使用专用POP书写工具绘制出色彩鲜艳、图文并茂的表达促销之意的POP海报,手绘POP海报的制作成本较低,可大大缩短制作时间、具有较强的机动性、灵活性、快捷性。

3. POP作品流露出的亲切感是其他印刷品所不能表达出来的,它的亲和力最能刺激消费者潜在的购买欲望,使消费者产生冲动,为经营者带来商机。

4. POP作品能够配合卖场整体格调的搭配,既有助于推销商品,又能营造出卖场的热卖氛围。

正是由于具有以上诸多优点,POP广告已成为当今时代的佼佼者。

手绘POP广告本身不具有电视广告…报纸等新闻媒体那样的促销力度,但它却具有制作成本低、形式变化活、传达速度快、反馈信息准的主要特性,从而成为现今商业经营竞争中一种最有效,最广泛、最实用的不可缺少的手段和策略。

如何能更有效地体现广告内容,如何让手绘POP广告更具视觉冲击力,这是每一名POP设计人员都应深入思考的问题。

这就要求我们要对POP的每一个组成部分进行研究、学习,从文案策划、字体设计、插图设计、版式构成、色彩设计到广告创意等,都需要各种知识的综合运用,要成为一名成熟的设计师并创作出完美的POP广告作品,必须要进行系统扎实的训练。

本书结合POP设计的特点,把手绘POP字体的技法和技巧作为本书的重点进行了讲解(包括文案策划、字体设计、插图设计、版式构成、色彩设计到广告创意等),同时在如何有效地体现广告内容,以及如何加强手绘POP广告更具视觉冲击力等方面都有很好的剖析。

奉书由经验丰富的高校教师集体编写而成。

主编为刘亚丹、王俊波,副主编为房丹、路娟,参编人员为杨璐、张琰、杨柳。在此感谢中国POP协会的部分成员的大力支持,以及化学工业出版社的通力合作。

最后。

本书作者希望各位专家、同仁,对于我们编写不足和疏漏之处给予批评指正。

编者 2011年4月

<<POP设计与制作>>

内容概要

POP广告以其制作成本低、形式变化灵活、传达速度快、反馈信息准等特性成为现今商业经营中一种虽有效、最广泛、最实用的不可或缺的手段和策略。

本书将手绘POP字体的技法和技巧作为重点进行讲解(包括文案策划、字体设计、插图设计、版式构成、色彩设计、广告创意等),同时在如何有效地体现广告内容,以及如何使手绘POP广告更具视觉冲击力等方面都有很好的剖析。

本书适合于高职高专院校艺术设计、广告设计等相关专业的师生使用,也适合普通的POP爱好者学习参考。

<<POP设计与制作>>

书籍目录

第1章 POP广告设计概述 1.1 POP广告的来源与发展 1.1.1 POP广告的来源 1.1.2 POP广告的定义 1.1.3 POP广告的特点 1.1.4 POP广告的发展趋势 1.2 POP广告的功能 1.3 . POP广告的分类 1.3.1 按时间性分类 1.3.2 按制作材料的不同分类 1.3.3 按陈列的位置和陈列方式的不同分类 课后练习 第2章 POP广告视觉要素设计原理 2.1 POP广告绘制工具 2.1.1 麦克笔 2.1.2 色铅笔 2.1.3 粉彩笔 2.1.4 毛笔(白云) 2.2 文字设计 2.2.1 正体字、变体字、装饰体字 2.2.2 数字 2.2.3 英文 2.2.4 主标题、副标题 2.2.5 易读性、统一性、指向性 趣味 2.3 图形设计 2.3.1 POP手绘插图设计 2.3.2 图形设计的分类 2.4 版式编排设计… 2.4.1 对称式 2.4.2 均衡式 2.4.3 上空式 2.4.4 下空式 2.4.5 中间式 2.4.6 对角式 2.4.7 S型式 2.4.8 中轴式 2.4.9 对比式 2.4.10 视觉诱导式 教学实例POP欣赏 课后练习 第3章 POP广告设计的色彩应用 3.1 色彩的基本概念 3.2 巧用无彩色计划 3.2.1 无色彩配色 3.2.2 无彩色配色 3.3 有彩色应用技巧 3.3.1 类似色的配色法 3.3.2 补色印配色法 3.3.3 对比色的配色法 3.3.4 色彩的联想 课后练习 第4章 POP广告策划 4.1 POP广告策划的程序 4.2 POP广告的设计 4.2.1 设计原则 4.2.2 设计思路 4.2.3 材料运用的设计技巧 4.3 POP广告的制作 4.4 POP广告的安装、发布、维护 4.4.1 总体原则 4.4.2 维护方法 4.4.3 POP广告使用的检查要点 课后练习 第5章 POP广告的平面设计原理 5.1 构成要素在POP广告中的应用 5.1.1 点在POP海报版面中的应用 5.1.2 线在POP海报版面中的应用 5.1.3 面在POP海报版面中的应用 5.1.4 丰富设计语言的方法 ——肌理与质感 5.2 POP海报版式设计的原则 5.2.1 形式与内容统一性原则 5.2.2 排版设计中的趣味性与独创性 5.2.3 整体性与协调 5.2.4 主题突出性原则 5.3 POP常用版面的相关技巧 课后练习 第6章 POP广告应用部分 6.1 立体POP广告印制作 6.1.1 立体POP广告材料选择 6.1.2 立体POP广告结构形式 6.1.3 立体POP广告造型设计方法 6.1.4 平面POP广告的设计与制作 6.2.1 平面POP广告设计制作要点 6.2.2 平面POP广告设计分类 6.2.3 POP广告电脑设计基础 6.3.1 POP广告设计软件简介 6.3.2 POP广告电脑制作工艺 学生作业展示 课后练习

<<POP设计与制作>>

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>