第一图书网, tushu007.com

<<商业广告设计>>

图书基本信息

书名：<<商业广告设计>>

13位ISBN编号：9787122156136

10位ISBN编号：7122156133

出版时间：2013-1

出版时间：王亚非 化学工业出版社 (2013-01出版)

作者：王亚非

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

《商业广告设计》涵盖了商业广告设计的设计简史、理论基础、设计形式、表现技巧和制作方法等问题，并详细讲解了商业广告设计的规律。
《商业广告设计》论述经过反复推敲，力求系统化、专业化、规范化和通俗易懂；书中的商业广告设计图片经过反复遴选，本着创意新颖、设计时尚、艺术性强、实用美观的原则，为平面设计专业和广告设计爱好者提供学习参考。
本书由王亚非、霍楷编著。

作者简介

王亚非，1977年考入鲁迅美术学院装璜系，1982年春毕业并留校任教。
现任鲁迅美术学院装璜设计系副主任、副教授。
　1982年以来，在国内外各出版单位发表各类美术作品、设计作品百余件，曾获首届全国广告设计大展优秀奖、东北地区书籍装帧设计优秀奖及省级奖多次。
　主要著作有：《美术字设计基础》、《商业插图技法73例》、《现代设计表现技法(二)》、《实用广告设计技法》、《美术设计师手册·装璜卷》(主编)。
霍楷，鲁迅美术院视觉传达设计系硕士毕业，东北大学艺术学院教师，东北大学艺术学院老师，东三小青年设计百杰称号。

<<商业广告设计>>

书籍目录

第一章 广告设计简史第一节 西方广告设计起源及发展第二节 中国广告设计起源一、早期中国广告设计状况二、近代中国广告设计状况三、月份牌广告的起源及发展四、建国后中国宣传画发展及特点五、改革开放后中国现代广告设计 年及特点第二章 广告设计基本理论第一节 广告设计概念一、广告概念二、招贴概念三、海报概念四、宣传画概念第二节 广告的分类、特点及作用一、广告设计分类二、广告设计的特点三、广告设计的作用第三节 广告设计风格与流派一、广告设计的风格二、不同艺术流派影响下的广告设计第四节 商业广告设计的总原则一、创造需要二、创造形象三、创造个性四、创造时尚五、强调各门类学科的互补六、强调发挥集体的智慧和整体协调配合第五节 广告设计师的智能结构与历史使命一、设计师的智能结构简析二、设计师的历史使命第六节 商业广告设计的基本要求一、 广告设计与消费需求二、广告设计的基本要求三、广告宣传的三个阶段第七节 商业广告的设计程序与设计导向一、广告设计工作程序二、广告设计的导向第八节 商业广告的设计定位一、关于广告定位二、商品定位三、企业定位四、市场定位五、价格定位六、色彩定位第九节 商业广告创意概述一、广告创意的内涵二、关于广告创意三、创意金字塔原理四、广告创意解析五、创意与观察六、创意与灵感七、创意的程序与方法第十节 商业广告设计应处理好的关系第三章 商业广告的构成要素第一节 商业广告设计中的造型要素一、广告插图二、广告中的标志设计三、广告的轮廓第二节 商业广告设计中的内容要素一、广告的标题二、标语与标题的区别三、广告的正文四、广告文案设计要点第三节 商业广告设计中的文字规范化问题一、广告用字要规范化二、凡中、外文对照的广告设计应以中文为主第四章 商业广告的设计形式第一节 商业广告设计的基本构图一、标准型(标题型、横分割型)二、图片与文字左右型三、斜置型四、文字型五、直立型六、散点型七、十字型或X型八、轴线型九、图片(底纹)型十、对位编排构图第二节 广告文字形象的编排设计一、图形文字设计二、文字的排列与组合三、广告文字形象与画面空间的对比关系第三节 广告设计与视觉流程一、画面的视觉中心二、视线流动的基本顺序与流程编排第四节 商业广告设计常用表现形式一、直接展示二、突出特征三、合理夸张四、安排悬念五、借用比喻六、安排特写七、用好空间八、光点与光束九、反复强调十、系列设计第五节 商业广告设计中的反向思维与幽默化表现一、反向思维理论概述二、反向思维的基本形式三、广告设计中的幽默表现四、幽默广告创作的注意事项第六节 商业广告设计中的情节化表现一、情节化表现的功能和作用二、情节化表现的基本条件第七节 关于形式美的表现手法一、点、线、面的构成二、重复和渐变所产生的美感三、对称中的形式美四、均衡中的形式美五、调子中的形式美六、错觉与视幻中的形式美七、分割构成与特异中的形式美第八节 关于对比手法的运用一、形的对比二、色彩对比三、感觉对比第九节 国外商业广告设计风格走向一、情调设计二、特异设计三、冷面孔设计第五章 商业广告的制作流程第一节 商业广告插图技法一、商业广告插图的四个特性二、商业广告插图的风格三、商业广告插图技法设计的基本条件第二节 商业广告色彩琐谈一、色彩的感情联想二、色彩的运用法则三、色彩的共性与个性四、商业广告色彩琐谈第三节 报刊商业广告版面的优化处理一、报刊广告尺寸二、报纸广告版面三、报纸广告的作用四、报纸广告的优化设计第四节 广告的绘制程序与方法一、编排与制作二、印刷黑白稿的制作第五节 POP广告的制作一、POP广告概念二、POP广告的特征三、POP广告的分类四、POP广告的制作五、POP广告的绘制第六节 商业广告摄影的创意与拍摄一、广告摄影的特征与地位二、广告摄影的奥秘三、创意与拍摄四、广告摄影务实琐谈参考文献后记

编辑推荐

《商业广告设计》的写作在尊重商业广告的艺术规律、实用性和审美性的基础上，重点研究创意与创新的方法和手段，通过纵向历史与横向国内外大量广告设计风格的对比分析和归类研究，力争阐述清晰明了，为从事广告设计和广告学术研究人员提供参考和借鉴。
本书由王亚非、霍楷编著。

第一图书网, tushu007.com

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