

<<广告设计造型>>

图书基本信息

书名：<<广告设计造型>>

13位ISBN编号：9787301197745

10位ISBN编号：7301197748

出版时间：2012-1

出版时间：北京大学出版社

作者：李兆洲 等编著

页数：142

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>

<<广告设计与造型>>

内容概要

《广告设计与造型》内容包括广告基础、广告策划、广告创意、广告造型、广告形式、广告实践6部分。

本书为编者李兆洲、李茂宁、史贤琴、黄睿多年教学与实际工作经验的总结。

本书按照课程大纲进行编写，并融入了实践设计案例，除了对广告设计的基本理论和元素进行阐述外，还注重训练学生的创新思维能力，帮助学生掌握基本的形式要素、视觉形象和表现策略。

《广告设计与造型》可作为高等院校广告设计、平面设计等专业的教材，也可作为培训班的培训教材及设计爱好者的辅导教材。

<<广告设计与造型>>

书籍目录

第一章 广告基础

1.1 广告的概念与功能价值

1.2 广告的发展历史

1.3 广告的定位

1.3.1 广告定位的概念

1.3.2 广告定位方法

1.4 广告的设计原则

1.5 广告的设计流程

思考与练习

小组讨论

第二章 广告策划

2.1 广告的市场分析

2.2 广告的品牌营销

2.3 广告设计与品牌规划

2.4 广告设计的创意策略

2.5 广告文案创作

思考与练习

小组讨论

第三章 广告创意

3.1 广告创意的基本内涵

3.2 广告创意的基本原则

3.3 广告创意的基本方法

思考与练习

小组讨论

第四章 广告造型

4.1 广告设计造型的概念

4.2 广告设计的文字设计

4.2.1 字体设计的风格类型

4.2.2 字体设计的基本原则

4.2.3 文字排版的八大禁忌

4.3 广告设计的图形表现

4.3.1 图形的含义

4.3.2 图形创意的方法

4.3.3 图形设计的方法

4.3.4 图形的重复设计

4.4 广告设计的色彩设计

4.4.1 设计色彩概述

4.4.2 设计色彩的情感

4.4.3 设计色彩的表现方法

4.4.4 设计色彩的配色技巧

4.4.5 设计色彩的流程

4.5 广告设计的视觉编排

4.5.1 设计构成的方法

4.5.2 创造视觉冲击力的设计

4.5.3 设计构成案例

<<广告设计与造型>>

4.6 商业推广设计技巧

4.7 简单设计的方法

思考与练习

小组讨论

第五章 广告形式

5.1 传统广告形式

5.1.1 报纸广告

5.1.2 杂志广告

5.1.3 广告招贴

5.1.4 DM广告

5.1.5 路牌广告

5.1.6 POP广告

5.2 新兴广告形式

5.2.1 网络广告

5.2.2 电梯广告

5.2.3 车身广告

5.2.4 地铁广告

5.2.5 影视广告

5.2.6 霓虹灯广告

5.2.7 橱窗广告

思考与练习

小组讨论

第六章 广告实践

6.1 江南新地

6.2 金鹏手机

6.3 恒宝广场

6.4 王老吉

6.5 乐华彩电品牌定位战略

思考与练习

小组讨论

参考文献

<<广告设计与造型>>

编辑推荐

解析点评，快速掌握创意设计技巧，强化案例，培养实际应用设计能力。

<<广告设计与造型>>

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>