第一图书网, tushu007.com

<<广告表现与设计>>

图书基本信息

书名：<<广告表现与设计>>

13位ISBN编号：9787302155348

10位ISBN编号：7302155348

出版时间：2007-9

出版时间：清华大学

作者：汤晓山

页数：153

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

本书全面介绍了广告表现与设计的概念和原理，对广告创意表现以及广告设计制作进行了详细的阐述，并介绍了针对不同广告媒介的广告设计特点与制作方法，运用国内外经典理论与实践案例对广告创意表现策略以及设计内容进行了分析。

全书根据广告设计类学生的学习需要和学习特点进行编排，内容详尽又易于理解，案例丰富且能说明问题，能使学生在较短的时间内初步了解和掌握广告表现与设计的基本原理和技能。

本书适合各高等院校广告设计专业、艺术设计专业的学生学习广告创意表现与设计之用，同时适合广告设计爱好者自学以及广告从业人员在工作中进行学习参考之用。

<<广告表现与设计>>

书籍目录

第1章 广告概述　1.1 广告的基本原理　1.2 广告发展简史　1.3 广告的分类　1.4 本章重点回顾与小结　思考题第2章 广告创意　2.1 广告创意的含义　2.2 广告创意的市场分析　2.3 广告创意的步骤　2.4 广告创意的思维方法和方向　2.5 本章重点回顾与小结　思考题第3章 广告创意表现　3.1 广告创意表现概述　3.2 广告创意表现策略概述　3.3 按消费者接受广告表现的心理过程来区分的表现策略　3.4 按诉求的方式进行的广告创意表现策略　3.5 广告创意表现的形式策略　3.6 广告创意表现的原则　3.7 经典广告创意表现的原则介绍　3.8 本章重点回顾与小结　思考题第4章 广告设计概述　4.1 广告设计的概念　4.2 广告设计师应具备的基础　4.3 广告设计元素之广告文案　4.4 广告设计元素之广告图形　4.5 广告设计元素之其他元素　4.6 本章重点回顾与小结　思考题第5章 广告版面编排设计基本原理第6章 印刷媒介广告设计第7章 POP广告设计第8章 户外广告设计第9章 电波广告设计第10章 影响广告表现与设计的其他因素参考文献

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