

<<广告设计概论>>

图书基本信息

书名：<<广告设计概论>>

13位ISBN编号：9787307086593

10位ISBN编号：730708659X

出版时间：2011-4

出版时间：武汉大学出版社

作者：罗萍

页数：286

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>

<<广告设计概论>>

内容概要

《广告设计概论》以艺术设计学科和广告学科为强大的学术背景，分别从广告设计的概念、研究对象及范围、广告设计源流、广告设计的视觉原理、广告设计的表现风格与方法、广告设计创意思维规律、广告设计主要媒体传播形式、广告设计批评等方面，对广告设计学科涉及的相关问题进行了理论上的归纳和总结。

<<广告设计概论>>

书籍目录

第一章 导论第一节 广告设计的概念第二节 广告设计的类型第三节 广告设计的特征第四节 研究对象及范围第五节 广告设计师第二章 广告设计源流第一节 中国广告设计源流第二节 国外广告设计源流第三节 设计艺术相关论著第三章 广告设计的视觉原理第一节 视知觉的概念第二节 视觉图像生成原理第三节 视觉形式美原理第四节 视觉美感的意境第四章 广告设计形式规律第一节 现代设计教育的源头第二节 广告图形设计原理第三节 广告字体设计原理第四节 广告图文编排原理第五节 广告设计文案创作原理第五章 广告设计的表现第一节 艺术表现风格与方法第二节 手绘及辅助表现技法第三节 摄影广告及广告摄影第四节 广告设计电脑表现方法第六章 广告设计的色彩表现第一节 色彩与视知觉第二节 色彩的相关概念第三节 色彩的心理效应第四节 色彩的表现功能第五节 色彩的调配原理第六节 色彩的配置原理第七节 色彩的配置方法第七章 广告创意来源与思维规律第一节 广告创意的来源第二节 模仿型的思维规律.....第八章 广告设计主要媒体传播形式第九章 广告设计批评参考文献后记

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>