

<<广告创意设计>>

图书基本信息

书名：<<广告创意设计>>

13位ISBN编号：9787308052177

10位ISBN编号：7308052176

出版时间：2007-5

出版时间：浙江大学

作者：马青

页数：307

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>

<<广告创意设计>>

内容概要

在当代广告创意设计教学中，具有“时代观念”十分重要。

这不仅涉及从时代的角度去了解当今国际广告设计教育的现状与趋势，更关键的是如何运用独特的视角和崭新的知识结构去进行创意设计教育。

这本《广告创意设计》教材中收录了大量的国内外经典的广告设计作品，既有许多简明、写实、富有艺术感染力的广告范例，又有生动、通俗的文字讲解，涵盖知识面广、图文并茂、内容新颖，注重理论与专业实践结合。

这本《广告创意设计》系独立学院应用型本科系列教材之一，教材中丰富的案例和各章各司其职的体系，不仅可以成为高校广告专业同学教学首选，而且可以成为奋战在广告创作第一线的同仁们的知识养料，对于正为加盟广告创意设计“市场”而努力的人士，那么这本书也会为他们提供诚切的帮助。

编写这本书的几位高校专业教师对广告设计教育有着共同的热情，具有全面的教学经验，在深入的专业领域研究和认真的教学积累基础上，发挥优势、群策群力，经过共同合作和努力而完成，这是一次愉快的合作。

<<广告创意设计>>

书籍目录

第一部分 广告创意设计绪论 第一章 创意塑造广告设计亮点 第一节 广告创意与设计 第二节 广告创意基本理论 第三节 广告创意的原则 第四节 广告创意人的素质 第二章 广告创意与文化认知 第一节 文化差异与广告创意表现 第二节 中国传统文化与广告创意 第三节 广告创意与消费者认知 第三章 广告创意与创新思维 第一节 寻找和完成大创意 第二节 广告创意与创造性思维 第三节 超思维设计第二部分 广告创意设计基础 第四章 广告创意设计构成基础 第一节 平面构成与广告创意设计 第二节 色彩构成与广告创意设计 第五章 广告字体创意设计 第一节 广告字体的形与意 第二节 广告字体创意设计 第六章 广告图形创意设计 第一节 图形设计概念 第二节 广告图形创意设计 第三节 广告图形创意设计方法 第七章 广告摄影创意设计 第一节 广告摄影的发展与特征 第二节 广告摄影的镜头语言 第三节 广告摄影与创意设计 第八章 广告编排创意设计 第九章 广告印刷创意设计第三部分 广告创意设计类别分析 第十章 商业类广告创意 第十一章 公益类广告创意 第十二章 文化类广告创意参考书目后记

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>