第一图书网, tushu007.com

<<POP设计从入门到精通>>

图书基本信息

书名：<<POP设计从入门到精通>>

13位ISBN编号：9787500687771

10位ISBN编号：750068777X

出版时间：2009年7月

出版时间：中国青年出版社

作者：ArtTone视觉研究中心

页数：143

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

收录了600多幅精美案例：从招牌、橱窗、专柜到立体POP设计，直击成功案例的创意过程。
丰富的理论点解析：从工具材料、字体、图形到色彩、版面，完美解析POP设计要点。
详细的绘制步骤指导：分解POP设计过程，帮助初学者循序渐进、熟练掌握设计法则。

书籍目录

第1章 POP广告的认识和了解 1.1 什么是POP广告 1.1.1 POP广告的定义 1.1.2 POP广告的功能 1.2 POP广告的种类 1.2.1 POP广告的常见分类 1.2.2 POP广告的材质分类 1.3 POP广告的新工具 1.4 POP广告构成要素与设计原则、 1.4.1 手绘POP的构成要素 1.4.2 POP广告的设计原则 1.4.3 POP广告的设计技巧第2章 POP工具和材料 2.1 笔材的选择和分类 2.1.1 麦克笔 2.1.2 软笔 2.1.3 色粉、蜡笔 2.1.4 装饰用笔 2.2 纸张的选择和分类 2.3 颜料的选择和分类 2.3.1 颜料的分类 2.3.2 颜料的选择实例 2.4 特殊材质 2.5 辅助工具第3章 POP字体的设计与应用 3.1 中文字体的设计应用 3.1.1 笔划的掌握 3.1.2 正字的书写表现 3.1.3 活字的书写表现 3.1.4 字体的自由变形 3.1.5 文字的字体装饰 3.2 阿拉伯数字的设计应用 3.2.1 不同风格的数字 3.2.2 数字的综合运用 3.3 英文的设计与应用 3.3.1 字母的书写技巧 3.3.2 文字的变形方法 3.3.3 字母的综合运用 3.4 各种POP文字的综合应用第4章 简单图形的绘制 4.1 POP图形设计的主要方法 4.1.1 手绘 4.1.2 电脑绘制 4.1.3 剪贴 4.1.4 拓印 4.1.5 立体折纸 4.1.6 常见手绘图形 4.2 常见的装饰图案 4 2.1 几何图形的装饰 4.2.2 底纹装饰 4.2.3 边框装饰第5章 POP的色彩表现 5.1 色彩的基础知识 5.1.1 色彩的基本属性 5.1.2 色彩的感觉 5.2 配色要领 5.2.1 色相配色 5.2.2 颜色的易见性 5.3 实例应用第6章 POP的版面构成 6.1 版面尺寸 6.1.1 版面设定 6.1.2 纸张规格介绍 6.2 版面配置 6.3 字体与图形的组合 6.3.1 适当的字间距 6.3.2 图形组合实例 6.4 版面编排实例第7章 白底海报的设计与制作 7.1 POP白底海报的制作流程 7.1.1 糖果店的海报 ……第8章 色底海报的设计与制作第9章 POP广告海报的应用第10章 特殊材质的POP海报第11章 电脑POP的设计

章节摘录

第1章 POP广告的认识和了解　　POP广告在我们的生活中运用广泛，从商场的外墙广告到超市货架上的手绘标签,POP广告随处可见。
POP用最直接的方式传达给消费者它所要表达的主题。
在本章中我们主要通过对POP定义、功能、应用场合的详细讲，让大家深入了解POP　　1.1 什么是POP广告　　广告是我们生活中不可缺少的东西，不管什么行业的宣传都会用到广告。
在广告中我们最常见到的就是POP，如商场内部的装饰、陈设、招贴广告以及服务指示等，下面我们来深入了解POP。
1.1.1 POP广告的定义　　POP广告是许多广告形式中的一种，它是英语poinl of purchase advertising的缩写,译为“购买点广告”，简称POP广告。
POP广告的概念有广义和狭义两种。
广义的POP广告概念是指凡在商业空间、购买场所、零售商店的周围、内部以及在商品陈设的地方设置的广告物，如商店的牌匾、店面的装饰和橱窗，店外悬挂的充气广告、条幅，商店内部的装饰、陈设、招贴广告、服务指示，店内发放的广告刊物.广告表演以及广播、录像、电子广告牌广告等。
狭义的POP广告概念仅指在购买场所和零售店内部设置的展销专柜以及在商品周围悬挂、摆放与陈设的可以促进商品销售的广告媒体。
最早的POP起源于美国的超级市场和自助商店里的店头广告。
1939年.美国POP广告协会正式成立后，POP广告获得正式地位。
20世纪30年代以后，POP广告在超级市场、连锁店等自助式商店频繁出现，逐渐为商界所重视。
20世纪60年代以后，超级市场这种自助式销售方式由美国逐渐扩展到世界各地，所以POP广告也随之走向世界各地。
今天，POP广告随处可见，已经融入到我们生活当中，它并不像电视广播报纸那么具有强劲的传播能力，但具有速度快、变化多、获取容易等强有力的应变能力。

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