

<<广告美术基础>>

图书基本信息

书名：<<广告美术基础>>

13位ISBN编号：9787501964215

10位ISBN编号：7501964211

出版时间：2008-8

出版时间：中国轻工业出版社

作者：王均

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>

<<广告美术基础>>

内容概要

本书正是在不失美术基础教学经验的前提下，吸取素描、速写、色彩等快速表现形式，用国内外优秀的广告作品中的静物、植物、动物、人物、展示等与广告密切相关的内容来取代美术基础的常规内容，并以此为主线贯穿全书。

这种教学模式和教学方法，既能打消我们广告学专业学生学习美术干什么的顾虑心理，又能让我们在学习广告美术基础的同时，品味和感悟国内外优秀广告作品中的创意和设计真谛，为今后从事广告策划、创意、设计打下良好的广告形象观念和形式美基础。

《广告美术基础》共分八章，具体内容包括广告速描的概念及特色、广告展示速描、色彩的对比、广告色彩表现形式和方法、广告构图形式与视觉心理等。

书籍目录

第一章 夯实美术基础 服务广告创作 第一节 美术与广告 第二节 广告速描的概念及特色 第三节 广告速描学习应遵循的规律第二章 树立科学观念 培养三种能力 第一节 建立科学速描学习观 第二节 广告速描三种能力培养第三章 熟识速描语汇 学习表现技法 第一节 广告静物速描 第二节 广告动物速描 第三节 广告植物速描 第四节 广告展示速描 第五节 广告人物速描第四章 学会速描表现 感悟实战真谛 第一节 平面广告速描表现方法 第二节 影视广告速描表现方法第五章 奠定色彩基础 装饰和谐广告 第一节 色彩常识 第二节 色彩的对比 第三节 色彩的调和 第四节 色彩的表现方法 第五节 广告色彩特性与应用原则第六章 掌握色彩技法 研究表现形式 第一节 色彩的“分解与归纳” 第二节 广告色彩表现形式和方法 第三节 彩色铅笔的表现技法 第四节 麦克笔的表现技法第七章 探究构图原理 创造和谐画面 第一节 广告构图的概念和任务 第二节 广告构图形式与视觉心理 第三节 广告构图原理与形式美法则第八章 探寻优秀广告 品读名家作品 第一节 国外设计师优秀作品品读 第二节 国内设计师优秀作品品读闭卷静思参考文献

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>