

<<广告设计>>

图书基本信息

书名：<<广告设计>>

13位ISBN编号：9787508486994

10位ISBN编号：7508486994

出版时间：2011-9

出版时间：水利水电出版社

作者：魏莹^柯善军^肖著强

页数：144

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>>

### 内容概要

本书是高等院校的艺术设计类专业的核心课程之一，本教材的内容组织突出系统性、关联性和实用性，内容包括广告概论、现代广告设计的基本原理、广告策划、广告媒体、广告创意、广告表现以及数码设计在广告中的应用等。

每个项目单元配合相应的练习题，帮助读者对书中内容进行验证。

本教材针对高等院校艺术设计类专业的培养目标而立意，因此在编写过程中，既强调学生扎实的理论基础，又注重实际应用能力的培养，力求使学生掌握广告创意设计的一般性规律，日后在社会实践工作中能做到设计作品主题思路明确、题材选择得当、表现形式多样、制作巧妙得法、媒体使用灵活，成为具备综合技能，熟悉广告设计流程、掌握广告设计策略和基本方法的优秀设计人才。

本教材教学对象主要是高等院校的艺术设计类专业的学生，更具体地说是视觉传达设计专业的学生。

本教材既可以作为大中专艺术设计、视觉传达设计、广告设计等相关专业的教材用书，也可为自学者提供辅导，或供从事视觉传达、广告设计的人员作为相关课题的研究资料使用。

## <<广告设计>>

### 书籍目录

丛书序

前言

#### 第1章 广告概论

1.1 广告的定义

1.2 广告的分类

1.3 广告的功能

1.4 广告的原则

1.5 全球广告业走向

本章小结

练习题

#### 第2章 现代广告设计的基本原理

2.1 广告与传播学原理

2.2 广告与市场学原理

2.3 广告与消费心理学

2.4 广告与文化观念

本章小结

练习题

#### 第3章 广告策划

3.1 广告策划的概念、内容与程序

3.2 市场调查

3.3 广告定位

3.4 撰写广告策划书的基本格式

本章小结

练习题

#### 第4章 广告媒体

4.1 印刷媒体类广告

4.2 电子媒体类广告

4.3 数字互动媒体类广告

4.4 其他广告媒体

4.5 广告媒体策略

本章小结

练习题

#### 第5章 广告创意

5.1 广告创意的含义

5.2 广告创意的思维和技巧

5-3 广告创意的表现手法

本章小结

练习题

#### 第6章 广告表现

6.1 广告表现的构成要素

6.2 视觉流程

6.3 版面编排

本章小结

练习题

#### 第7章 数码设计在广告中的应用

## <<广告设计>>

7.1 Photoshop技术精粹与广告设计

7.2 Illustrator技术精粹与广告设计

7.3 数码设计与网络广告

本章小结

练习题

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>