

<<广告设计>>

图书基本信息

书名：<<广告设计>>

13位ISBN编号：9787532281251

10位ISBN编号：7532281256

出版时间：2012-11

出版时间：上海人民美术出版社

作者：崔生国

页数：142

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

《中国美术院校新设计系列教材：广告设计》系统地讲述了广告设计的基本理论，以大量的优秀广告为范例，深入浅出地讲解了广告设计的创意设计方法，可以给学习者最直接、最实在的学习指导。

设计是一门大学科，广告设计只是其中一项，各种设计存在的方式、目的各不相同，但设计方法和思维处理上却可以融会贯通。

设计教学上的学科界线模糊化亦成为事实，但专业学科的系统化和深入化也同时存在，本书是作者从事设计教育和广告设计多年的积累和总结，力求用最简洁有效的表述，帮助学习者在最短时间内掌握广告设计的创意方法。

<<广告设计>>

作者简介

崔生国

副教授毕业于无锡轻工大学设计学院(现江南大学),现执教于上海师范大学美术学院艺术设计系。他同时是一位优秀的平面设计师,其作品多次参加海内外各类设计展览并获奖,其中包括第六届全国书籍装帧艺术展览暨评奖银奖、香港设计师协会2002展亚太区优异奖。多件作品被海内外博物馆、美术馆收藏。

<<广告设计>>

书籍目录

- 前言
- 教学进程安排
- 第一章 广告设计概论
 - 一 广告定义
 - 二 广告历史
 - 三 广告意义
 - 四 广告类别
 - 五 广告标准
- 第二章 广告设计要素
 - 一 广告文字
 - 二 广告图形
 - 三 广告色彩
 - 四 广告版面
- 第三章 广告创意设计
 - 一 广告情感创意
 - 二 广告文案创意
 - 三 广告图形创意
 - 四 图形表现手法
 - 五 系列广告设计
- 第四章 广告媒体形式
 - 一 报纸广告
 - 二 杂志广告
 - 三 招贴设计
 - 四 户外广告
 - 五 其他广告
- 第五章 广告设计流程
 - 一 市场调查研究
 - 二 设计目标定位
 - 三 创作意念构思
 - 四 深入发展完善
 - 五 制作修改发布
- 参考文献

<<广告设计>>

编辑推荐

《广告设计(中国美术院校新设计系列教材)》由崔生国所著,系统地讲述了广告设计的基本理论,以大量的优秀广告为范例,深入浅出地讲解了广告设计的创意设计方法,可以给学习者最直接、最实在的学习指导。

设计是一门大学科,广告设计只是其中一项,各种设计存在的方式、目的各不相同,但设计方法和思维处理上却可以融会贯通。

设计教学上的学科界线模糊化亦成为事实,但专业学科的系统化和深入化也同时存在,本书是作者从事设计教育和广告设计多年的积累和总结,力求用最简洁有效的表述,帮助学习者在最短时间内掌握广告设计的创意方法。

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>