

<<艺术设计本专科通用基础教材>>

图书基本信息

书名：<<艺术设计本专科通用基础教材>>

13位ISBN编号：9787532283873

10位ISBN编号：7532283879

出版时间：2013-5

出版时间：上海人民美术出版社

作者：郑丹

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>

<<艺术设计本专科通用基础教材>>

内容概要

《艺术设计本专科通用基础教材:广告制作工艺》紧跟行业对广告人才需求的变化趋势,把教学和职业标准紧密结合,突出对专业发展的适应性,强调培养目标与市场需求的吻合度,突出培养学生的基本实践能力、知识转化能力、现场问题分析及解决能力,锻炼学生的职业素质,为培养熟悉广告设计与制作理论又具有实际操作能力的应用型人才打下良好基础。

书籍目录

第一章 广告制作工艺认知与准备 第一节 广告岗位认知与行业调查 广告岗位认知与行业调查基本流程 广告制作与工艺的发展过程 广告设计材料与制作工艺的发展过程 广告制作材料的视觉体现 广告材料与制作工艺在公共艺术中的运用 广告材料与制作工艺在广告中的运用 第二章 广告设计与制作工艺 第一节 广告创意与方案表达 任务一 广告创意 任务二 软件表达 第二节 广告制作材料与工艺 任务一 电脑喷绘与装裱制作 任务二 数码刻字与转印制作 任务三 丝网印刷制作工艺 任务四 广告标牌标识制作 第三章 广告制作工艺的应用 广告门头设计与分析 展馆广告门头与标志设计 商业企业广告门头与标志设计 专卖店广告门头与标志设计 文化创意园广告与门头设计

章节摘录

版权页：插图：第一节 广告创意与方案表达 任务一 广告创意 任务概述 本任务主要训练学生掌握广告剖意的方法与软体制作的能力。

通过理论讲解和课程实训，使学生能够了解广告设计的基本过程，掌握广告创意的方法，能够富有创造力地解决各种类型的设计项目。

通过示范操作和任务训练，调动学生的想象力和分析创造能力。

实训目标 了解广告设计的流程。

熟悉策划和前期协商的方法。

掌握视觉设计之前的调研和分析方法。

掌握设计创意的过程与方法。

实训提示 提示一：要掌握良好的设计工作习惯 1.必须有相对明确的概念，要能够讲述或者传达某个主题，而非单纯的漂亮。

一件设计尽管很漂亮，如果不具有清晰的信息传达，仍是毫无作用的空壳。

2.必须有明确的视觉层次，分清主次，依次表达。

做设计就是要抓住观众的眼球，帮助他们获取自己需要的信息并产生深刻的印象。

3.根据需要获取设计材料，而非根据材料产生设计，切忌本末倒置。

学会取舍，大胆地放弃不合适的素材。

4.牢记版权，切忌抄袭，独立创作会让你更有自豪感。

提示二：学会整体排版与提交 1.学会在软件制作前创作小草图，通过整理小草图制作草稿，并将草稿排版成为初稿。

这是非常重要的一步，是对方案的分析、整理、完善的重要步骤，不要跳过或者认为不重要而省去。

2.草图不需要很漂亮，但要表达清晰，特别是视觉的流程和层次表达要明确，要注意版面的关系。

3.学会用一种视觉语言来表达，注意整体的一致性，不只是在形状、分量和布局上如此，在设计理念上更要一致。

4.不一味地追求花哨和变化，在一件设计作品中最好只出现不超过三种字体，太多的字体只会分散注意力并产生混淆。

5.将草稿排版构图时一定要注意负空间产生的效果。

负空间也是形状，在版面中必须将其当作正空间的形状来处理，不可置之不理。

6.文字不仅是文字，要将文字当作图像来设计，文字是非常重要的视觉要素。

提示三：掌握创意方法论 1.学会在设计之前进行调研和分析。

首先要了解设计项目的对象，更全面地理解该设计项目，尽可能地收集设计项目的相关资料特别是已有的设计状况。

2.学会将收集到的设计资料进行整理，并运用头脑风暴法来集思广益。

头脑风暴的目的是发现一个最有优势的图形创意，为传达主题或概念服务。

3.学会换位思考，尝试从观众的角度而非设计师的个人角度来审视创意：能被观众理解吗？

形式与内涵的结合紧密吗？

对观众来说有吸引力吗？

作品必须能够让观众看懂接受，不是自娱自乐。

<<艺术设计本专科通用基础教材>>

编辑推荐

《艺术设计本专科通用基础教材:广告制作工艺》适合高职高专广告设计专业和艺术设计其他专业学生学习。

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>