第一图书网, tushu007.com

<<广告设计>>

图书基本信息

书名：<<广告设计>>

13位ISBN编号：9787536138308

10位ISBN编号：753613830X

出版时间：2009-9

出版时间：广东高等教育出版社

作者：李丹 编

页数：111

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

《广告设计（艺术设计专业）》从广告设计的功能、要素、媒介、表现手法与策划、创意构思、版面编排等方面入手，详尽阐述了广告设计的特质与奥秘，列举了相当多的优秀作品和鲜活事例，并进行精辟的解析与论述，力求精炼地阐释关键的概念，阐明广告设计的基本规律和基本方法，以及最具启迪性的理论观念和设计技巧。
因此，本着实用性的原则，《广告设计（艺术设计专业）》在理论上有一定的新意与突破，着重体现了时代感、针对性和指导性。

书籍目录

第一章 广告设计概述一、广告业的发展历史二、广告的定义三、现代广告第二章 现代广告的功能一、广告的信息功能二、广告的经济功能三、广告的社会文化功能四、广告的宣传功能五、广告的心理功能六、广告的美学功能第三章 现代广告的分类一、经济类与非经济类二、视觉类、听觉类与视听类三、感性诉求类和理陛诉求类第四章 广告设计的构成要素一、图形要素二、色彩要素三、文字要素四、版面要素第五章 现代广告的媒介和媒介类型一、广告媒介二、媒介类型一、广告设计的表现手法二、广告策划第七章 广告的创意构思一、创意在广告创作中的意义二、广告创意的基础和创作程序三、广告创意要服从定位构想第八章 广告版面的编排技巧一、广告版面编排的目的及意义二、版面编排设计的顺序及法则主要参考文献

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