第一图书网, tushu007.com

<<平面广告新思维>>

图书基本信息

书名：<<平面广告新思维>>

13位ISBN编号：9787536647930

10位ISBN编号：753664793X

出版时间：2001-5-1

出版时间：重庆出版社

作者：李巍

页数：91

字数：50000

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

追求一不定期的理论层面和深度是系列丛书把握的重点，展示适量的当今世界优秀的设计成功范例也是系列丛书把握的另一个要点，目的在于用生动直观的形象论证书中所表述的观念和观点，同时也能集中地展某些特定历史时期和某些最新创意表现的风貌，给读者直观的视觉感受，留下一个品味思索的空间。

文化内涵是设计的生命力所在，处于发展相对滞后的中国设计产业和设计教育更需要文化的滋泣、理论的武装、观念的交流，只有这样，我们才能大步跟上时代的步伐，借助我们自身的传统文化优势，使我国的设计文化在21世纪展现一个全新的面貌。

本书的核心是探讨研究现代广告在设计思维和创意表现方面的“ 新变化 ”。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

李巍，1938年生，江苏连云港市人，现为四川美术学院设计艺术系教授，享受国务院特殊津贴的高级专家，中国广告协会学术委员会委员，中国企业联合会广告主工作委员会专家，重庆市企业形象战略（CI）专家团专家。
曾任中国广告函授学院副院长，第四届全国优秀广告展评选委员会委

<<平面广告新思维>>

书籍目录

广告，正在悄悄地改变 一、现代平面广告设计内涵的演变 1．信息、娱乐及艺术三种成份的完美组合 2．从重视合理性转到重视情感性 3．设计主题着重于价值观念的表达 二、现代广告设计新趋向——人情化、艺术化、反传统 1．开拓人性的永恒主题 2．强化广告作品的艺术感染力 3．平面广告设计中的后现代反传统思维 三、现代平面广告创意表现的新思维 1．情调设计——与心灵的对话 2．谐趣幽默——调侃戏谑之趣 3．诱惑夏娃——向女人推销美丽的梦 4．借题发挥——比喻象征之妙 5．神奇迷幻——出神入化的梦境之美 6．字体效应——音与形的交相辉映 7．淡化笑容——冷面形象之魅力 8．怪诞恐惧——恶魔般的黑色幽默 9．后记

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