第一图书网, tushu007.com

<<手绘POP海报设计>>

图书基本信息

书名：<<手绘POP海报设计>>

13位ISBN编号：9787538154283

10位ISBN编号：7538154280

出版时间：2008-4

出版时间：辽宁科学技术出版社

作者：王猛 编

页数：120

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书由泰山手绘POP工作室创立人泰山（王猛）精心编著。
全书以当今较为实用的海报制作技法为主，从创新加实用角度出发，不仅可供初学者和广告创意人员学习，也可作为POP培训机构和高等职业学校的教材。

作者简介

王猛，笔名“泰山”，泰山手绘POP工作室创始人。
1979年生于沈阳，自幼酷爱绘画，大学就读于鲁迅美术学院。
毕业后，曾任多家公司的POP设计师及企划总监。
多年来一直致力于手绘POP的创作与研究，形成自己独特的手绘风格。

曾出版书籍：《手绘POP广告设计》；《手绘POP魅力字体》；《手绘POP创意插图》；《手绘POP美食天地》；《手绘POP节日喜庆》；《手绘POP商业展示》；《手绘POP校园生活》；《手绘POP休闲娱乐》；《手绘POP标题字库》；《手绘POP插图库》
座右铭：没有失败的人，只有放弃的人。

<<手绘POP海报设计>>

书籍目录

第一章 认识POP广告　1.POP广告的定义　2.POP广告的功能　3.POP广告的分类第二章 手绘POP的工具　1.笔材类　2.纸张类　3.辅助类第三章 手绘POP的构成要素　1.结构分析　　2.字体设计　3.插图绘制　4.装饰图案第四章 手绘POP海报制作　1.白底海报制作过程　2.彩底海报制作过程　3.立体POP制作过程第五章 手绘POP海报分类　1.餐饮类手绘POP　2.节日类手绘POP　3.商业类手绘POP　4.公益类手绘POP　5.服饰类手绘POP　6.休闲类手绘POP　7.美容类手绘POP　8.培训类手绘POP

章节摘录

插图：第一章 认识POP广告1.POP广告的定义POP，是英文point of pu rchase的缩写，可以译为“ 购买点的广告 ”，因为它是某种商品进入到流通领域后的最后一种广告形式，所以也称之为“ 终点广告 ”。
20世纪20年代开始，在美国等一些西方国家，零售业的经营模式发生了翻天覆地的变化。
老式的经营模式被逐步取代，大型超级市场如雨后春笋般兴起，并飞速发展，成为零售业的主流业态。
在新的销售模式下，为充分传递商品信息，POP广告应运而生，成为超级市场营销的主要手段，并逐渐得到普及，同时也开始攻占其他媒体的宣传阵地。
POP广告得到了商家和消费者的一致认可，在广告业的地位不断上升。
伴随着改革开放，我国市场经济驶上了高速路，商业零售业抛弃了陈旧的销售模式，大力引进国外的超级市场经营方式，各大城市的超级市场、仓储式大卖场纷纷兴起，国外的零售业巨头也纷纷抢滩中国市场。
家乐福、沃尔玛、麦德龙等相继在中国大陆市场占有了自己的地盘，并在不断扩充。
在这样的形势下，POP广告由日本、中国台湾、中国香港走进中国内陆，大显身手。
POP广告因具有速度快、变化快、易制作等特性，也得到了国内商家及消费者的认可和接受。
如今，POP广告已成为商业竞争中最有效的手段之一。
2.POP广告的功能商品的品质、服务的热忱固然是吸引消费者购买商品的两大因素，但是若缺乏出色的广告表现以及好的陈设与布置，那么商品的销售必然大打折扣。

编辑推荐

《手绘POP海报设计》由泰山手绘POP工作室创立人泰山（王猛）精心编著。
由辽宁科学技术出版社出版。

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