

<<广告设计创意>>

图书基本信息

书名：<<广告设计创意>>

13位ISBN编号：9787549401789

10位ISBN编号：7549401780

出版时间：2011-7

出版时间：广西美术出版社

作者：王绍强

页数：151

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>

<<广告设计创意>>

内容概要

通过非常系统和完整的思路架构，结合典型实用的例子来讲述广告设计的历史、基础知识以及相关的原理与法则。

内容图文并茂，表达通俗易懂，简洁明了。

作品来自世界各个地区，不同领域的设计概念与思想被汇集整合到这套用书中来，将会给您带来灵感上的碰撞。

《广告设计创意》由王绍强编著，将会引导正在学习设计的学生或者对设计有兴趣的人，并帮助他们在探索设计的基本原理上找到解决的方法与答案。

作者简介

王绍强，广州美术学院视觉与动漫设计学院副院长，广州美术学院副教授，《Design360° 观念与设计》杂志总编辑，三度文化传媒机构总设计师，应邀在中央美术学院、中央美术学院城市设计学院、清华大学美术学院、中国美术学院、长江艺术与设计学院、华南农业大学设计学院、山东工艺美术学院、香港知专设计学院、香港设计师协会、台湾设计师协会等著名设计学院及机构讲学。

<<广告设计创意>>

书籍目录

- 第一章 广告概述
 - 第一节 广告的定义
 - 第二节 现代广告的主要特征
 - 第三节 广告的趋势
 - 第四节 现代广告的理念
 - 第五节 现代广告的责任
- 第二章 广告的分类
 - 第一节 商业性广告
 - 第二节 公益性广告
- 第三章 广告的功能
 - 第一节 商业广告的功能
 - 第二节 公益广告的功能
- 第四章 广告策划
 - 第一节 广告策划的概念与内容
 - 第二节 广告策划的思维指导
- 第五章 平面广告的创意表现
 - 第一节 比喻
 - 第二节 夸张
 - 第三节 留白
 - 第四节 展示主题
 - 第五节 独创性
 - 第六节 虚构创意
 - 第七节 对比性创意
 - 第八节 拟人创意
 - 第九节 幽默法
 - 第十节 悬念法
 - 第十一节 形象解构
 - 第十二节 情感发挥
 - 第十三节 字体形象创意
- 第六章 平面广告的设计表现
 - 第一节 图形
 - 第二节 文字
 - 第三节 构图
 - 第四节 色彩

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>