第一图书网, tushu007.com

<<POP广告设计>>

图书基本信息

书名：<<POP广告设计>>

13位ISBN编号：9787562446064

10位ISBN编号：7562446067

出版时间：2009-1

出版时间：重庆大学出版社

作者：李新君

页数：98

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

前言

POP广告设计是广告设计学科的重要组成部分，是在现代市场竞争过程中对广告整体概念的进一步发展和延续应用，从而逐渐形成了POP广告设计全新概念，并开设了POP广告设计教学课程。
POP广告作为现代商业活动的重要表现特征之一，是具有十分明确的广告目标、有计划的广告促销系统、灵活丰富的广告形式，在商品促销活动中发挥着举足轻重的作用。
目前，POP广告在以超市为代表的现代商业环境中已经得到普遍运用。

内容概要

《POP广告设计》根据POP广告设计发展现状、基本特征和运作规律，从整体系统设计的角度出发，确定本课程主要目标和任务，从实际应用着手，根据课程内容制定有关教学方法和编排整个教学程序。
其中包含着POP广告设计教学和设计应用两个层面的含义。
首先，正确理解现代POP广告的基本特征和作用，掌握POP广告设计的程序与方法，尽量多的了解与学习优秀的POP广告设计案例，在设计中积极借鉴和运用相关的知识内容。
同时根据POP广告的特点，以设计创意为主导，从设计程序入手，理论联系实际，积极的开展阶段性探讨，在不断解决实际问题

<<POP广告设计>>

书籍目录

第一章 POP广告设计的前期准备第一节 POP广告概述第二节 POP广告的功能第三节 POP广告的阶段分类第四节 POP广告设计相关的知识储备第五节 POP广告设计制作准备小结第二章 制订POP广告设计计划第一节 围绕项目设计进行市场调查第二节 确定项目设计定位第三节 POP广告设计计划书写作小结第三章 POP广告设计方法第一节 POP广告造型形态设计第二节 POP广告设计表现第三节 有关POP广告设计要点小结

章节摘录

第一章　POP广告设计的前期准备　　POP广告英语全称为Point of Purchase Advertising，原指购物点广告，一般也称之为销售现场促销广告，即与商品销售具有直接关系的广告形式，简称为POP广告。
POP广告具有自身的应用特点和设计规律，是一种与商业活动直接相联系的广告形态。
其特点是以明确的视觉信息去传达有关商品广告主题和安排各项实际内容。
所以，应该尽量多了解POP广告特点与发展，了解POP广告在现代商业活动中的重要作用和应用，才有利于达到学习的具体目标。
　　POP广告设计是一门综合类的。

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