

<<户外广告>>

图书基本信息

书名：<<户外广告>>

13位ISBN编号：9787566700636

10位ISBN编号：7566700634

出版时间：2011-9

出版时间：湖南大学

作者：朱瑞波

页数：134

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>

<<户外广告>>

内容概要

《户外广告》系统论述户外广告形成的历史、现状与发展趋势，户外广告的分类与设计，户外广告的审美，户外广告的经营与管理。

《户外广告》供广大户外广告工作者参阅，亦可作为高等院校设计艺术专业教材。

<<户外广告>>

作者简介

朱瑞波，1962生于西安，1986年毕业于青海师范大学艺术系工艺美术专业。获学士学位，现执教于西安工程科技学院艺术工程学院，任副教授。曾工作于青海省畜产进出口公司图案设计室，从事地毯图案设计。在浙江省宁波市中韩合资“司维特制衣公司”从事服装设计。

2001年参加由西安《新居室》杂志举办的“我的得意作品”竞赛，获室内设计优秀奖。
2002年为挪威海德鲁公司西安分公司进行环境设计布置。
2005年4月，工艺美术作品刊登在《时尚经典》杂志上。
2004年11月参加“首届陕西省工艺美术精品展”，参展作品获特等奖。
2004年7月参加编写教材《广告文案策划》，同期在西安工程科技学院使用。

<<户外广告>>

书籍目录

1 户外广告综述1.1 户外广告的演进1.2 户外广告设计在城市化进程中的作用1.3 户外广告媒体的发展态势1.4 户外媒体的类别1.5 户外媒体的优势1.6 户外媒体的传播特性2 户外广告设计基础2.1 户外广告设计的原则2.2 户外广告的编排设计2.3 户外广告设计的视觉导引2.4 户外广告编排设计的常见构图2.5 户外广告设计的艺术手法2.6 计算机辅助设计2.7 户外广告设计的材料、工艺和技术3 户外媒体分类设计3.1 路牌广告设计3.2 霓虹灯广告设计3.3 交通广告设计3.4 POP广告设计4 户外广告的审美意义4.1 户外广告的审美观念4.2 户外广告的审美价值4.3 户外广告的审美特征5 户外广告的管理与经营5.1 户外广告管理5.2 广告公司的经营与管理6 国内户外广告组织、法规与技术规范介绍6.1 中国主要广告(户外)组织简介6.2 广告(户外)法规6.3 广告(户外)技术规范参考文献后记

<<户外广告>>

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>