第一图书网, tushu007.com

<<平面广告形象设计>>

图书基本信息

书名：<<平面广告形象设计>>

13位ISBN编号：9787810538589

10位ISBN编号：7810538586

出版时间：2004-1

出版时间：湖南大学出版社

作者：李伟

页数：104

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

平面广告是广告受众最先认知广告内容的界面之一，是连接企业与消费者的桥梁与纽带。
平面广告形象设计则是围绕广告主题，通过策划、创意和设计表现，使广告所要传达的信息、概念转化为视觉形象的思维过程。
　在本书中，作者综合运用艺术设计、广告学等相关学科的知识，主要以平面广告的图形、文字、商标、编排等形象元素的设计为重点，结合平面广告的不同媒体形式，并通过中外优秀平面广告的赏析，较为系统地阐述了平面广告形象设计从策略、创意到设计表现的思路及方法。
　本书力求在探讨平面广告形象设计时，从以往独立的技能、技法训练，向导导概念系统贯通的设计方法过渡；从重视画画终极效果的表现，向注意启发读者创造性思维过渡；从以书本资料启发设计思维，向从调查研究入手，尊重市场规律提倡原创设计方式过渡。
在一定程度上提高平面广告设计人员的实际设计能力和审美水准是本书的编写宗旨。

<<平面广告形象设计>>

书籍目录

第一章 概述 第一节 广告的定义及其基本分类 第二节 平面广告的特征及其价值第二章 平面广告的信息传达及表现 第一节 平面广告的信息传达 第二节 平面广告的表现第三章 平面广告中的形象 第一节 形象构成的基础——形态 第二节 关于形式美感第四章 平面广告的形象设计 第一节 平面广告中的图形设计 第二节 平面广告中的文字设计 第三节 平面广告中的商标设计 第四节 平面广告形象编排第五章 平面广告形象的色彩设计 第一节 色彩的感觉 第二节 平面广告形象的色彩搭配 第三节 平面广告形象的色调塑造 第四节 平面广告形象的色彩应用原则第六章 平面广告形象设计的媒体运用 第一节 平面广告媒体的作用及分类 第二节 招贴广告形象设计 第三节 报纸广告形象设计 第四节 杂志广告形象设计 第五节 DM形象设计 第六节 户外平面广告形象设计 第七节 POP形象设计第七章 平面广告形象设计的程序及策略 第一节 市场调查与分析 第二节 市场策略 第三节 广告策略 第四节 创意概念 第五节 创意点子 第六节 创意表现第八章 平面广告作品欣赏参考文献后记

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