

<<广告设计软件综合运用>>

图书基本信息

书名：<<广告设计软件综合运用>>

13位ISBN编号：9787302209317

10位ISBN编号：7302209316

出版时间：2009-9

出版时间：清华大学出版社

作者：张璇 编

页数：408

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>

<<广告设计软件综合运用>>

前言

广告和艺术设计作为文化创意产业的核心支柱,在促进国际商务交往、丰富社会生活、拉动内需、解决就业、促进经济发展、构建和谐社会、弘扬中华文化等方面发挥着越来越重要的作用,已经成为我国服务经济发展的重要产业,在我国经济发展中占有极其重要的位置。

好商品需要通过优秀的广告推广才能获取丰厚的经济效益。

因此,广告设计在商品流通中起着关键作用。

随着全球经济的快速发展以及我国房地产业、室内装饰业等行业的迅速崛起,未来市场对视觉传达设计专业技术人员的需求量越来越大,从而使之有着非常广阔的就业前景。

面对国内外广告设计业激烈的市场竞争,加强广告创意和艺术设计模式创新、加速广告设计专业人才的培养已成为当前亟待解决的问题。

为了缓解市场需求,培养社会急需的广告设计专业技能型、应用型人才,我们组织多年在一线从事广告设计教学与创作实践活动的专家、教授,共同精心编撰了此教材,旨在迅速提高学生及广告设计从业者的专业素质,更好地服务于我国广告事业。

全书共八章,以学习者应用能力培养为主线,以平面设计为导向,以计算机软件操作为载体,根据广告设计软件综合运用的基本原则、过程与规律,系统介绍了Adobe Photoshop、Adobe Illustrator、CorelDRAW和Adobe PageMaker四大常用平面设计软件的功能和使用,并注重实证案例的精选运用与解析、注重流程环节和操作步骤讲解及应用技术能力与技巧训练,力求教学内容和教学方式的创新。

本书作为广告艺术设计专业的特色教材,针对电脑平面设计课程的教学要求和职业应用能力的培养目标,既注重系统理论知识的讲解,又突出实际操作技能训练与从业训练,力求做到“课上讲练结合,重在流程和方法的掌握;课下会用,能够具体应用于广告和艺术设计实际工作之中”。这将有助于学生尽快熟悉业务操作规程,对于学生毕业后顺利走上社会就业具有特殊意义。

由于本书融入了软件综合运用和电脑平面设计最新的教学理念,具有结构合理、流程清晰、叙述简洁、案例经典、图文并茂、通俗易懂、强化规范设计、注重图形图像软件的综合应用、突出实用性等特点,且采用新颖统一的格式化体例设计,因此本书既适用于专升本及高职高专院校广告和艺术设计专业电脑平面设计课程的教学,也可以作为广告企业和艺术设计公司从业者的职业教育与岗位培训的教材,对于广大广告设计自学者也是一本有益的参考读物。

本书由李大军进行总体方案的策划,负责教材的审定,由张璇担任主编并统稿,刘海荣、罗慧武和张富强为副主编。

在编写过程中,我们参考借鉴了大量国内外有关电脑平面设计等方面的最新书刊资料,精选收录了具有典型意义的案例,并得到编委会专家教授的细心指导,在此特别致以衷心的感谢!

为了方便教师教学和学生学习,本书配有教学课件,可以从清华大学出版社网站免费下载使用。

由于时间紧促,作者水平有限,书中难免存在疏漏和不足,恳请专家和广大读者给予批评指正。

<<广告设计软件综合运用>>

内容概要

本书结合广告设计软件的综合运用及电脑平面设计发展的新形势和新特点，针对高职高专院校广告和艺术设计专业应用型人才的培养目标，以平面设计为导向、以计算机软件操作为载体，根据平面设计的一般原则和基本规律，系统介绍了Adobe Photoshop、Adobe Illustrator、CorelDRAW和Adobe PageMaker四大常用平面设计软件的功能和使用，并注重流程环节和操作步骤的讲解及应用技术与技能的训练。

本书结构合理、流程清晰、图文并茂、内容通俗易懂、突出实用性，且采用新颖统一的格式化体例设计，因此本书既适用于专升本院校及高职高专院校广告和艺术设计专业电脑平面设计课程的教学，也可以作为广告企业和艺术设计公司从业者的职业教育与岗位培训教材，对于广大广告设计自学者也是一本非常有益的参考读物。

书籍目录

第一章 广告设计基础 引导案例 第一节 广告设计基础知识 第二节 广告设计的视觉要素与基础 第三节 位图图像和矢量图形的区别和运用 第四节 在实践中运用设计基础理论——封面设计实例 思考与练习 实训课堂第二章 广告设计与制作的基本技术与技巧 引导案例 第一节 图形和图案设计 第二节 广告插图设计 第三节 使用电脑绘制插图 第四节 排版设计 第五节 在实践中积累广告设计的技术与技巧——汽车广告招贴 思考与练习 实训课堂第三章 印前设计DTP（桌面出版）基础概述 引导案例 第一节 桌面出版的基本原理 第二节 DTP的加工处理设备 第三节 DTP的输出设备 第四节 图文制作概述 第五节 DTP图文实例制作的流程和技巧——《影视文化》杂志设计实例 思考与练习 实训课堂第四章 报刊广告设计概述 引导案例 第一节 报刊广告设计 第二节 报纸广告设计的基本要点 第三节 杂志广告的设计与编排要点 第四节 国外优秀报纸欣赏 第五节 报刊广告设计制作实例 思考与练习 实训课堂第五章 招贴设计制作概述 引导案例 第一节 招贴设计的基本特点 第二节 招贴的设计内容及要点 第三节 招贴设计制作 第四节 招贴设计制作实例 思考与练习 实训课堂第六章 电脑辅助电视广告设计制作 第一节 电视广告制作基础 第二节 电视广告策划与创作 引导案例 第三节 广告动画的设计要点 第四节 电脑二维动画创作实例 第五节 电脑三维动画创作实例 第六节 电脑数字非线性编辑后期制作实例 思考与练习 实训课堂第七章 其他广告设计概述 引导案例 第一节 户外广告设计 第二节 宣传册和VI手册设计 第三节 DM单广告设计 思考与练习 实训课堂第八章 互连网络广告设计制作概述 引导案例 第一节 网络广告 第二节 网络广告的动作与设计 第三节 网络广告的设计制作 第四节 网络广告设计实例制作 思考与练习 实训课堂参考文献

章节摘录

第一章 广告设计基础 第一节 广告设计基础知识 一、广告的历史 (一) 来源
广告一词来源于拉丁文Advertere, 含义是注意与引导。

英文中最早的广告一词来源于圣经。

1450年古登堡发明了铅活字印刷术, 英国开始印刷圣经, 1655年, 英国出版商引用圣经中的广告 (Advenising) 一词作招牌。

1660年, 广告作为商业推广的一般用语使用是指有关商品或服务的新闻。

中国最早的广告记载出现于战国时代韩国的韩非子的《外储说右上》中, “ 宋人沽酒者, 升概甚平, 遇客甚谨, 为酒甚美, 悬帜甚高著 ”。

(二) 现代广告 由于先进技术和媒介的出现, 现代广告在继承古代广告形式的基础上, 有了很大进步。

先进的媒介, 精湛的制作技术, 创造了许多高效率的广告形式, 其传播范围、速度、对象和传播方式都远比古代的广告要宽阔、迅速、广泛和高超得多。

如报纸广告、杂志广告、广播广告、电视广告、网络广告, 此外还有卫星广告、电子广告、激光广告、光纤广告、录像广告、传真广告、电话广告、闭路电视广告和有线电视广告等。

<<广告设计软件综合运用>>

编辑推荐

《广告设计软件综合运用》是一本功能实例相结合的综合性教程，详尽介绍了平面设计软件Photoshop、Illustrator及桌面排版软件PageMaker的操作和使用方法，并通过逐步讲解来启发读者的想象力，将设计理念融会贯通其中，通过对实例和特效的剖析，提高软件的综合使用技巧，使读者能够举一反三，扩展思路，使应用软件成为设计师们强有力的工具。

《广告设计软件综合运用》的软件功能介绍与实例讲解紧密结合，内容全面、结构清晰、学习轻松，能迅速提升读者的实际操作水平。

《广告设计软件综合运用》的最大特点就是涵盖面广，读者可以在学习的同时了解不同设计软件各自的优势及相通之处，利用不同软件的长处交叉学习和运用，从而活学善用，提高平面设计的综合水平。

《广告设计软件综合运用》适合从事广告创意、平面设计、产品包装和多媒体制作等专业设计者阅读，同时也可作为美术院校相关专业学生和平面设计爱好者提供参考。

立足广告、艺术设计专业的发展现状 突出行业特色，体现最新的设计思想及设计技术 全面展示设计过程、设计要点及设计技巧 以丰富、多样的版块设置，展现创新教材体系，引领课程改革。

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>