

<<广告艺术设计>>

图书基本信息

书名：<<广告艺术设计>>

13位ISBN编号：9787508351599

10位ISBN编号：7508351592

出版时间：2007-3

出版时间：中国电力

作者：赵希岗，陈相道 编著

页数：99

字数：157000

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>

<<广告艺术设计>>

内容概要

本书以理论为线索，运用大量典型图例来说明问题，将作者多年来积累的丰富专业经验，用实例说明的形式充分表达出来。

以专业设计实战为目的，紧紧抓住设计学习者的心理，充分考虑提高学习者的实际能力，以及解决在工作和学习中经常遇到的实际问题，较好地配合理工类、综合类院校设计专业学生的学习，有的放矢地将理论与实例相结合，通过本书的学习可使读者的专业设计水平得到更大的提高。

本书内容丰富，实例精彩，非常适合设计人员工作为工作参考书，也可作为高等学校或培训班相关专业的教材。

书籍目录

序前言第1章 广告设计艺术概论 1.1 广告的内涵 1.2 广告设计的艺术特征 1.3 广告设计艺术的社会价值 第2章 广告设计艺术的发展历程与未来趋势 2.1 广告设计的发展历程 2.2 广告设计艺术的未来趋势 第3章 广告设计的媒体 3.1 广告设计媒体的主要分类 3.1.1 按对象来划分 3.1.2 按区域来划分 3.1.3 按目标来划分 3.1.4 按诉求划分 3.1.5 按媒体划分 3.2 广告设计媒体的独特艺术魅力 3.2.1 报纸广告设计媒体的独特艺术魅力 3.2.2 杂志广告设计媒体的独特艺术魅力 3.2.3 招贴广告设计媒体的独特艺术魅力 3.2.4 宣传卡广告设计媒体的独特艺术魅力 3.2.5 包装广告设计媒体的独特艺术魅力 3.2.6 其他广告设计媒体的独特艺术魅力 第4章 广告设计的基本程序和战略 4.1 广告策划 4.2 广告设计 4.3 广告测定 第5章 广告设计艺术的表达原则和方法 5.1 广告设计艺术的表达原则 5.1.1 易懂易记原则 5.1.2 吸引注意力原则 5.1.3 艺术化原则 5.2 广告设计艺术的独特表达方法 5.2.1 独特的艺术化表达 5.2.2 技术性、商业化的表达 5.2.3 诉求消费心理的表达 第6章 广告设计艺术的视觉表达要素 6.1 广告设计的文字艺术 6.1.1 广告文字设计艺术中的字体 6.1.2 广告文字设计中的版式 6.2 广告设计的色彩艺术 6.2.1 广告色彩的基本内涵 6.2.2 广告色彩设计的文化特性 6.3 广告设计的图像艺术 参考文献

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>