

<<广告设计>>

图书基本信息

书名：<<广告设计>>

13位ISBN编号：9787805809854

10位ISBN编号：7805809852

出版时间：2002-8

出版时间：江西美术出版社

作者：毛宏萍

页数：124

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>>

内容概要

罗斯福说：如果不做总统，就做广告人。

石破天惊，一语道明了广告在现代生活中的地位。

广告已成为商品经济活动中重要的传媒工具和产品促销手段，是消费过程中不可缺少的生活内容，它通过大容量、快节奏的传播手段，深入到人类生活的每一个层面。

然而，广告是什么？

对一位少女来说，也许意味着某种新上市的化妆品；对一位在校的大学生来说，广告也许是一则名牌电脑的消息；对音乐发烧友来说，广告也许是一场难得的音乐会；对病人来说，广告也许是一种好的药品…… 广告的媒体众多、形式多样、有报纸广告、电视广告、广播广告、杂志广告、直邮广告、户外广告、POP广告、网络广告等等。

广告的目的就是：推销产品或产品信息，塑造企业形象，引导和说服消费者，刺激市场消费，提高市场占有率。

所以在进行广告设计时，我们应该是根据消费者的心理，产品性质以及市场情况，对目标消费者的消费理由来进行创意定位。

本书以近年来国内外广告创意中的新思维、新方法为主要内容，围绕着艺术设计人员的要求进行分类整理，为艺术设计人员的图形广告创意提供最近的借鉴资料。

<<广告设计>>

书籍目录

广告设计的艺术生活用品类社会服务类文化娱乐类其他类

<<广告设计>>

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>