

<<广告设计>>

图书基本信息

书名：<<广告设计>>

13位ISBN编号：9787030310309

10位ISBN编号：7030310306

出版时间：2011-6

出版时间：科学出版社

作者：潘强

页数：234

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

根据广告设计的基本功能和应用特色,《广告设计》分为广告设计要素、广告设计原则、广告的分类、广告形式、广告创意设计和广告应用媒介6章。

每一章都有广告设计知识导读,帮助读者掌握广告设计的基础知识;每一章都通过精美的商业设计安全来展示该章内容,并进行详细的分析和讲解目的在于通过这样的形式和方法,锻炼读者对广告设计的感受能力、分析能力和审美能力。

大量的精美案例欣赏可以使读者提升审美品位,可以激发读者的灵感与创意。

另外,《广告设计》的小提示可以帮助读者快速了解和掌握广告设计的使用技巧。

《广告设计》是文化和品牌宣传从业者必备的广告设计案例参考手册,也是各大、中专院校相关专业学生的广告设计安全学习工具书。

<<广告设计>>

书籍目录

第1章 广告设计要素1.1 文字1.2 商品1.3 商标1.4 色彩第2章 广告设计原则2.1 真实2.2 思想2.3 可读2.4 科技2.5 艺术2.6 创新第3章 广告的分类第4章 广告形式设计第5章 广告创意设计第6章 广告应用媒介

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>