

<<平面设计>>

图书基本信息

书名：<<平面设计>>

13位ISBN编号：9787040246711

10位ISBN编号：7040246716

出版时间：2008-8

出版时间：高等教育出版社

作者：黄彬

页数：85

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>

前言

目前,中国高等教育正在蓬勃发展,其中尤以高等职业教育中的艺术设计专业发展最为迅猛。面对这样的局面,如何把专业与市场岗位要求结合?如何采取先进的教学理念与成果来提高教学质量?职业院校毕业生如何适应市场?成为职业教育的重要研究课题。

高职艺术设计专业是一种特色教育,说到底也是一种特色职业岗位教育,它培养的学生应该符合行业和职业岗位的应用型人才需求。

如何开展教学?

怎样设置课程?

编写符合本专业特色的教材?

是我们高职艺术设计教育工作的重点。

鉴于此,我们邀请部分职业院校艺术设计教育方面的专家、学者和一线教师进行探讨。

大家一致认为高职艺术设计教学必须改革,决不能像过去那样概念、理论大灌输,要淡化传统艺术院校的美术技能(即单纯的技术和美术观念),而应注重职业实践操作教学,培养社会能力教学,提高创新思维教学以及适应职业岗位的教学。

高职艺术设计教育只有在教师、教学、课程、教材建设等方面真正适应职业岗位,对学生的知识结构和应用能力的要求,才能培养出契合社会市场需求的应用型人才。

本丛书的编写根据职业教育的特点,力求集科学性、知识性、实用性于一体,观点明确,深入浅出,图文结合,注意各章节的连贯性和可操作性,充分突出职业教育实训教学的特点,基本达到高职艺术设计教育教学改革和调整的目标。

<<平面广告设计>>

内容概要

《平面广告设计》突出对学生应用能力的培养，强调教学与实践并重和相互渗透。

《平面广告设计》以平面广告中的图形、文字、色彩、编排等元素为主要对象，着重体现以下特点：概括讲述广告设计的基本概念、原理，要求学生系统地掌握广告设计中的知识点及创作技巧；强化高职高专艺术设计人才应用能力的培养，侧重于市场调查分析能力、创意和艺术表现能力的训练；收录中外具有代表性的优秀平面广告的案例，拓展学生的视野，为学生提供丰富的创作素材。

《平面广告设计》是高职高专Art Design新思维设计系列教材之一。

平面广告设计不仅是一门实用性很强的综合学科，也是艺术设计专业的重点课程。

《平面广告设计》既适用于高职高专艺术设计专业学生，也可供艺术设计爱好者参考使用。

<<平面广告设计>>

书籍目录

导语第一章 平面广告设计基础第一节 广告的历史发展第二节 平面广告的定义和分类第三节 平面广告的主要功能第四节 平面广告设计的任务和基本要求第五节 平面广告设计的形象构成基础练习第二章 平面广告设计中的元素设计第一节 平面广告设计中的图形设计第二节 平面广告设计中的文字设计第三节 平面广告设计中的色彩设计第四节 平面广告设计中的编排应用练习第三章 平面广告设计的创意程序及策划第一节 市场调查与分析第二节 平面广告的创意与设计第三节 平面广告的制作发布练习第四章 平面广告的艺术表现手法第一节 现代平面广告设计艺术表现的功能与价值第二节 现代平面广告设计艺术表现手法的基本类型练习第五章 平面广告的推广形式及分类设计法则第一节 广告的推广形式第二节 企业宣传册设计第三节 海报广告设计第四节 报纸广告设计第五节 杂志广告设计第六节 POP (店面促销) 广告设计练习参考书目后记

章节摘录

第一节广告的推广形式 广告的推广形式是按照广告在空间存在的形态来进行划分的，是便于对广告在不同广告形式中的特性和规律进行研究的。

现有的广告传达的推广形式大致有：平面广告、电波广告和户外广告。

下面就平面广告、电波广告、户外广告进行分析。

一、平面广告 平面广告形式具有非常悠久的历史，伴随着人类商品交易活动的发展而发展起来的。

一直到今天仍是应用范围最广、形态构成最为复杂的广告媒介形式，也是这一章节研究的重点。

平面广告的传播非常经济，效率也非常高，它可以充分利用大众传播媒介：报纸、杂志、电话黄页等大量发行，与公众的高接触率，以及对市场的广泛覆盖率来抓住受众群体。

1. 优势 (1) 大众性以报纸和杂志为代表的大众媒介，通过发行渠道可以渗透到社会的各个消费群体中。

(2) 消费者态度积极一般的读者都会认为，报纸和杂志包括其广告，是及时和可信的信息来源，再加上消费者可以选择读报和看杂志的时间，所以他们对包装和杂志广告的态度是相对积极的。

(3) 实效性平面广告媒介可以随着发行渠道、邮递渠道或其他发放渠道及时的传达给目标消费群体。

(4) 灵活性平面广告媒介由于表现形式多元化，制作较为简便，工艺也不复杂，加之现在印刷工艺的发展，印刷精美，展现在目标消费群体面前的形态、规格、格调等等可以花样百出。

(5) 视觉效果强平面广告媒介大多是通过精美的印刷来表现，丰富的色彩和印刷工艺的表现力可以给消费者以视觉和心理享受。

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>