

<<广告设计 & 制作>>

图书基本信息

书名：<<广告设计 & 制作>>

13位ISBN编号：9787113098797

10位ISBN编号：7113098797

出版时间：2009-9

出版时间：中国铁道出版社

作者：高文胜

页数：166

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>

<<广告设计与制作>>

内容概要

本教材是“中国高职院校计算机教育课程体系规划教材”之一。

本书以CorelDRAWX3软件讲解广告设计与制作的方法和思路，全书结合实际需要，详细介绍了需要掌握的基本知识、操作方法和使用步骤。

语言简洁，重点突出，并将美术设计理论应用到图案设计、商标设计、包装设计和卡通画设计中，在讲解各种功能和使用方法的同时，带领读者边学边练、学练结合，在实战中逐步学会设计和绘图方法，使读者能快速提高设计技巧并提升综合运用能力。

本书适合作为高职高专和成人高校非计算机专业教材，也可作为计算机技术培训教材。

<<广告设计 & 制作>>

书籍目录

- 第1篇 基础部分 第1章 广告设计领域概述 1.1 广告设计的构成与要求 1.2 广告设计的一般流程
 1.3 广告公司和专业设计公司对设计师的需求 1.4 合格的广告设计师 1.4.1 设计师的知识结构
 1.4.2 合格的广告设计师 第2章 认识CorelDRAW X3 2.1 了解CorelDRAW X3 2.1.1
 CorelDRAW X3的功能 2.1.2 运行场景文件 2.2 CorelDRAW X3工作界面 2.2.1 启
 动CorelDRAW X3 2.2.2 了解CorelDRAW X3的工作界面 2.2.3 了解CorelDRAW X3的绘图环境
 2.2.4 自定义操作界面 2.2.5 版面设置 2.2.6 设置页面辅助工具 2.3 CorelDRAW X3的基本操
 作 2.3.1 设置标尺 2.3.2 设置网格 2.3.3 设置辅助线 2.3.4 锁定对象 2.4 设置符号
 与应用 2.4.1 创建和应用符号 2.4.2 编辑和更改符号 2.4.3 共享符号 2.4.4 符号图库
 2.4.5 创建新符号图库 第3章 绘制和编辑基本图形 3.1 常用工具介绍 3.1.1 对象的选取
 3.1.2 选择、缩放和改变对象 3.1.3 旋转对象 3.1.4 倾斜对象 3.2 绘图工具的使用 3.2.1
 矩形工具的使用 3.2.2 椭圆形工具的使用 3.2.3 对象展开式工具的使用 3.2.4 形状工具
 的使用 3.2.5 形状编辑展开式工具的使用 3.2.6 裁剪工具展开式工具的使用 3.2.7 交互式
 调和工具的使用 3.2.8 交互式轮廓图工具的使用 3.2.9 吸管展开工具的使用 3.3 运用工具
 箱绘制图形案例操作 3.3.1 标志图形制作 3.3.2 风景图形制作 3.3.3 网络标志图形制作
 3.3.4 节水标志图形制作 3.3.5 白兔图形制作 3.4 交互式填充工具组的使用 第4章 图形的调整
 与变换 4.1 图形的调整 4.1.1 镜像图形 4.1.2 对象的顺序 4.1.3 群组、组合与打散对象
 4.1.4 闭合路径 4.1.5 对齐与分布命令 4.2 图形的修整与变换 4.2.1 图形的修整 4.2.2
 图形的变换 4.3 图形的造型与变换案例操作 4.3.1 图形制作 4.3.2 足球图形制作 4.3.3
 卡通太阳图形制作 4.3.4 锁图形制作 4.4 网格与辅助线 第5章 轮廓的编辑 5.1 轮廓的设置
 5.2 轮廓的使用 5.3 轮廓绘制图形案例操作 5.3.1 “洗衣机”平面图形制作…… 第6章 色彩
 的填充 第7章 文本的编辑 第8章 位图的编辑 第2篇 应用部分 第9章 运用Corel DRAW
 X3设计图案 第10章 运用Corel DRAW X3设计标志 第11章 运用Corel DRAW X3、Photoshop CS3
 设计包装 第12章 运用Corel DRAW X3、Photoshop CS3手绘卡通画参考文献

章节摘录

第1篇 基础部分 第1章 广告设计领域概述 1.1 广告设计的构成与要求 视觉会给人带来一连串的生理上的、心理上的、情感上的、行动上的反应，设计是视觉经验的科学，它包括两个方面，一个是不以人为而改变的，即生理感受。

另一个是随机的或不确定因素构成，如个人喜好、性格等。

1.相对稳定的方面 相对稳定主要作用于人的视觉和知觉。

从视觉角度上说，设计师在设计时应该考虑到人的视觉习惯、方向以及所喜爱的颜色。

而从知觉角度来说，设计师在进行设计时应该考虑到人们的文化水平和感知能力。

当然，这需要学好相关设计知识，并经过长期实践才能做到。

2.不稳定的方面 不稳定的方面主要是指情感、素质、品位、阅历上的不同，在广告设计过程中，需要专业人员具备一定的判断和把握能力。

一个成功的设计作品是设计师在依据客观事实，并且在适当地克制自己的主观情感的基础上完成的。

3.设计思维的科学 设计是必须具有科学的思维方法，能在相同中找到差别，能在不同中找到共同之处，能掌握运用各种思维方法，如纵向关联思维和横向关联思维以及发散式的思维，善于运用科学的思维方式找到奇特的新的视觉形象，才能不断有发现新的可能。

<<广告设计 & 制作>>

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>