

<<广告传媒专业应用职业技术培训教程>>

图书基本信息

书名：<<广告传媒专业应用职业技术培训教程>>

13位ISBN编号：9787300126937

10位ISBN编号：7300126936

出版时间：2010-9

出版时间：中国人民大学出版社

作者：《广告传媒专业应用职业技术培训教程》编写组 编

页数：265

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

职业教育未来十年要坚持大力发展的方针，建设有中国特色、符合国情、具有鲜明时代特征的现代职业教育体系和制度，加快提高我国职业教育的现代化水平。

发展职业教育要以服务为宗旨，以就业为导向，以改革创新为动力，把提高质量作为重点。职业教育的改革和发展，要适应经济和社会发展的需要，提高社会服务能力，提高就业、创业能力，同时要满足人的职业素质和全面发展的要求，来促进教育质量的全面提高。

实行产教结合、校企合作是我国职业教育改革发展的一条根本出路。

职业教育的教学改革，离不开校企合作的方式。

教育部职业教育中心研究所王文瑾同志完成的中国职业技术教育学会发布的课题《行业参与职业院校课程改革的研究与实践——高、中职院校电子信息类能力本位课程》在研究校企合作理论的同时，积极开展试验，以IT企业与职业院校合作的方式深入探讨课程和教材、教学方法的改革，取得了可喜的成果，并开发出职业素质、环境艺术、广告传媒、数码影视、动漫设计、网络工程、网站建设、电子商务等8个完整的职业课程体系，30余个完备的职业课程模块。

这些课程和这套教材从行业企业需求出发，把工作岗位能力融入教学目标，以工作中的实际案例作为教学内容，把问题引入、案例教学、项目整合结合进教学设计，并采用了做中学、参与式的教学方法。

这些课程和这套教材在职业院校经过了试用，受到学生和老师的欢迎，也得到了企业的好评。

大家认为改革后的课程和教材实现了学生乐学、教师易教、工作实用的初衷。

我对能利用中国职业技术教育学会发布的课题开展如此深入的教学改革研究与试验感到很高兴，也对试点课程和教材的试用成功感到满意，对此表示由衷的祝贺。

希望在职业教育中能够开展更多的教学改革尝试，涌现更多的改革成果，使我国职业教育的质量得到大幅提升，以提高职业教育对国家产业发展的贡献率，增强职业教育的社会吸引力。

<<广告传媒专业应用职业技术培训教程>>

内容概要

本书以工作中的实际案例作为教学内容，把问题引入、案例教学、项目整合结合进教学设计，并采用了做中学、参与式的教学方法。

这些课程和这套教材在职业院校经过了试用，受到学生和老师的欢迎，也得到了企业的好评。

大家认为改革后的课程和教材实现了学生乐学、教师易教、工作实用的初衷。

本书由中国职业技术教育学会课题研究成果，人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心推荐。

新职场·新技能·新课程，8套完整的职业课程体系，国内首创全场景教学模式，全仿真企业项目实施过程。

书籍目录

职业情境及角色介绍绪论 太阳每天都是新的第1章 万丈高楼平地起——广告设计概述 1.1 豁然开朗——广告设计概念的界定 1.2 相辅相成——广告设计与艺术的关系 1.3 任重道远——广告设计师的任务第2章 创意是一朵绚丽的花_广告设计创意思维规律 2.1 妙笔生花——广告设计创意 2.2 举一反三——创意思维的方法第3章 有你的世界才精彩——广告色彩原理与方法 3.1 海纳百川——色彩的基本知识 3.2 耐人寻味——色彩与视知觉 3.3 各显其能——色彩的心理效应 3.4 一语中的——色彩的表现功能 3.5 千变万化——色彩的调配第4章 盛开在掌心的焰火——广告设计形式及创作原理 4.1 有据可依——广告图形创作原理 4.2 包罗万象——广告图形表现方法 4.3 耐人寻味——广告文字创作原理 4.4 一锤定音——广告图文编排原理第5章 不变的是那份真诚——广告消费心理 5.1 进退有常——消费心理初探 5.2 随机应变叫几何与客户沟通交流第6章 认识你是我的缘——主要媒体形式的广告设计 6.1 各有所长——报纸、杂志广告设计 6.2 与众不同——户外广告设计 6.3 至关重要——招贴设计 6.4 独具匠心——包装设计 6.5 丰富多彩——直邮广告 6.6 触手可及——宣传画册广告 6.7 网络广告——雨后春笋第7章 把你捧在手心里——输出方式 7.1 了如指掌——输出技术常识 7.2 不遗巨细——印刷原理及注意事项 7.3 步步为营——印前处理 7.4 五花八门——各种特殊工艺第8章 拨开乌云见天日——主要媒体广告的法律规定 8.1 举足轻重——广告中法律规定的重要性 8.2 锦上添花——户外广告等媒体广告的法律规定

章节摘录

职业情境 学习生涯就要结束了，在最后两个月中，学校组织了几场专场招聘会。虽然在此之前，班主任还以“现场模拟应聘”为题在班级召开了主题班会，想以此来减轻同学们对应聘的恐惧感。

然而，在招聘会现场，主题班会的效果似乎并不是太理想…… 广告设计专场招聘会是在学校的多功能厅举办的。

原多功能厅中的桌椅已经全部移开，在多功能厅的四周整齐地围成了一圈，桌子的后面坐着各公司的招聘人员，再后面是对应的岗位需求及应聘条件的海报。

当二毛和他的同学们走入多功能厅的时候，招聘已经开始了。

整个会场人头攒动，气氛热烈，那场面就像一个大的集市…… 班主任告诉大家：“我就站在多功能厅的出口，中途遇到问题可以来找我。

大家赶紧进去吧！

” 二毛从会场的左侧开始浏览，因为人太多，一时半会挤不进去。

只能先看看各公司的招聘要求，这不看则已，一看二毛的心立马凉了半截。

原来这些招聘要求上都写着“本岗位需要2年以上的工作经验”；“招聘资深设计师”……转了一圈，二毛一份简历也没敢投，就哭丧着脸又回到了多功能厅的出口处。

老班（同学们对班主任的昵称）真的还站在那儿。

走到老班跟前，二毛发现老班身边围了好几个班里的同学。

看来大家的情况都差不多啊！

“这么多人，公司的招聘要求这么高，我行吗？

我可以吗？

”都是这个问题困扰着大家。

班主任一看大家这种状态，知道自己不推他们一下是不行了，便对二毛他们说道：“年轻人，就要有敢于摔跤的勇气！

年轻，就是你们最大的资本，相信自己，没什么不可以的！

今天，你们每个人都带了20份简历来，我希望看到你们出来时，已经把手上的简历全都投出去了。

”在老班的鼓动下，二毛们又斗志昂扬地进入了会场。

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>