

<<手绘POP美女定位>>

图书基本信息

书名：<<手绘POP美女定位>>

13位ISBN编号：9787301160541

10位ISBN编号：7301160542

出版时间：2010-1

出版时间：北京大学出版社

作者：王少华

页数：193

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>

<<手绘POP美女定位>>

前言

POP (Point of Purchase) 广告, 又称店内张贴海报, 它通过色彩、图案、文字等手段, 快速地向消费者传播不同商品之间的差异, 从而突出商品的特征和优点, 是直接面向店内顾客传播信息的“小众媒体”, 能起到很好的宣传作用, 是促进商品销售的广告之一。

POP自1993年进入中国市场以来, 以其对比鲜明的色彩、灵活多变的造型、幽默夸张的图案、准确生动的语言, 很快得到了市场的认可。

在超市、卖场购物时人们所看到的门前促销展牌、展架、海报, 店堂内的价格牌等广告, 都是通过手绘POP方式进行展现而吸引消费者的。

手绘POP广告所营造的强烈热销氛围不仅能够吸引消费者的视线, 而且能刺激消费者的购买冲动: 这种独特的促销手段, 逐渐成为厂商在各大媒体对企业或产品宣传的又一补充, 从而令消费者对其商品印象深刻, 最终促成购买行动, 因此也很快得到了厂商和企业的肯定, 同时, 市场对POP' 手绘商业美工人才的需求量也随之急剧增加。

商业意识孕育了手绘POP, 手绘POP结合了人文艺术, 成为一种专门艺术。

从专业角度讲, 它已是一门学科。

国家人力资源和社会保障部认证的国家商业美工师职业资格已将手绘POP作为主要考试项目, 现在有不少高校也开始开设相关课程。

<<手绘POP美女定位>>

内容概要

本书是国家商业美工师资格考试商业类命题教材。

本书是作者根据多年的实践POP意设计和教学中积累的经验，精心编写而成，内容包括人物装饰(展示)型定位、肢体引导型定位、眉目传情型定位、道具展示型定位、调子对比定位五部分。

全书的最大特点是认真精选了一些优秀的设计作品，将许多有创意的设计案例鲜活地展现在读者面前，使学生能够根据具体的案例快速地应用到实际的工作中去，让学生学而有用，学而能用。

本书可作为高等学校设计专业的教材，也可作为从事商业手绘POP设计的从业人员的参考用书，以及手绘POP爱好者的自学教材。

<<手绘POP美女定位>>

作者简介

王少华，国家商业美工师职业资格考试专家委员会首席专家、美国加州大学工商管理博士、北京少华跑跑（POP）文化艺术传播中心总负责人、《中国POP商业美术》系列丛书主编、中央电视台影视中心美术设计指导、武汉大学艺术系客座教授、北京联合大学平谷学院商业美工师工科推广中心主任、北京POP商业美术专科学校校长。

<<手绘POP美女定位>>

书籍目录

第一篇 人物装饰(展示)型定位 1. 培训 2. 文化 3. 服饰 4. 专卖店 5. 其他
第二篇 肢体引导型定位 1. 主标题定位 2. 价格定位 3. 广告语定位 4. 插图定位 5. 插语定位 6. 诱导型定位
第三篇 眉目传情型定位 1. 消费视觉引导诉求 2. 商品诉求 3. 肢体动态连动诉求 4. 展示型诉求 5. 互动型诉求 6. 图片应用型诉求 7. 脉脉含情诉求 8. 直抒胸臆诉求
第四篇 道具展示型定位 1. 人物模特 2. 商品展示模特 3. 视觉引导
第五篇 调子对比定位 1. 同色调对比 2. 不同色调对比 3. 空间对比 4. 版式对比 5. 视觉引导构图编后语

<<手绘POP美女定位>>

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>