

<<广告图形创意与表现>>

图书基本信息

书名：<<广告图形创意与表现>>

13位ISBN编号：9787302231103

10位ISBN编号：7302231109

出版时间：2010-9

出版时间：清华大学出版社

作者：刘晨 编

页数：198

字数：314000

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>

<<广告图形创意与表现>>

内容概要

广告需要创意，创意既是广告的亮点，也是广告的灵魂，在当今快速发展市场经济的激烈竞争中，没有创意的广告很难获得成功。

本书结合广告创意与图形设计发展的新形势和新特点，针对高职高专院校广告和艺术设计专业应用型人才的培养目标，通过中、外经典广告案例解析，系统介绍了广告创意的常用手法、读图时代广告如何做、广告图形的创意策略与原则、广告图形创意的思维技巧及表现形式，以及在实际应用中如何与民族文化相联系等基本理论知识和技能；并注重体现时代精神、力求教学内容和教材结构的创新。

本书结构新颖、内容翔实、案例丰富、叙述简洁、通俗易懂、突出实用性，并采用统一的格式化体例设计。

本书可作为高职高专院校广告和艺术设计专业的教材，也可作为广告企业和艺术设计公司从业者职业教育与岗位培训的教材，对于广大社会自学者来说也是一本有益的参考读物。

<<广告图形创意与表现>>

书籍目录

第一章 什么样的广告能打动消费者 学习要点及目标 本章导读 引导案例 第一节 只有不同寻常的广告才能打动人 第二节 理解与沟通是永恒的主题 第三节 “无利不起早”一个经典的谚语 一、广告创意的灵魂 二、广告创意要素 第四节 不说别人也知道 第五节 做人要厚道 第六节 广告要有文化 一、关于文化和广告文化 二、广告文化的性质 三、文化在广告中的体现 第七节 食色，性也 本章小结 思考与练习 实训课堂第二章 读图时代广告如何做 学习要点及目标 本章导读 引导案例 第一节 时代观念的变革 一、时代广告观的变革 二、广告创意人观念的变革 第二节 读图时代的受众心理研究 一、简单化接受心理 二、选择性阅读心理 三、从众心理 四、求新心理 五、追求审美心理 六、负效应心理 第三节 图形在广告创意中的地位 and 作用 一、图形定义 二、图形传播的起源及变革 三、广告图形的分类 四、图形在广告创意中的地位 五、图形在广告创意中的作用 本章小结 思考与练习 实训课堂第三章 怎么用图说话 学习要点及目标 本章导读 引导案例 第一节 简约不简单 一、简约使主要信息突出 二、渠道容量的限制决定简约 三、受众接受量的局限要求简约 四、构图简约巧用空白 第二节 独特的说辞 一、耳目一新才可以引起注意 二、迥然不同可以留下记忆 三、差异是创新的基础与个性的体现 第三节 重复的魅力 一、持之以恒的重复使广告不失效 二、重复不等于复制 第四节 常见的反而不常见 一、常见不等于“俗” 二、图形通俗化与受众背景 三、通俗性是一种对等性 第五节 不可能的变可能 一、悖架图形 二、混维图形 三、悖意图形 第六节 娱乐获得注意力 一、娱乐无障碍 二、娱乐常用手法 本章小结 思考与练习 实训课堂第四章 如何表现更好的技巧 学习要点及目标 本章导读 第一节 联想妙用 一、联想是基础 二、联想的定义 三、联想思维 四、联想创意思维的心理机制 五、联想图形的表现形式 第二节 想象 一、想象是图形创作的动力 二、想象分类 第三节 同构 一、同构的溯源 二、什么是同构图形 三、同构图形的创作原则 四、同构图形的表现形式 第四节 解构重组 本章小结 思考与练习 实训课堂第五章 广告图形的道德伦理与法制责任 学习要点及目标 本章导读 引导案例 第一节 广告图形与道德伦理 一、广告图形要内容健康、形式优美 二、广告图形应尊重社会的风俗习惯、尊重不同性别人群的人格 三、广告图形的选用应能深刻揭示本质，透彻剖析事理，精辟地警策 第二节 广告图形与法制 一、我国广告图形禁忌 二、图形使用要真实 三、广告图形使用要符合公平竞争原则 本章小结 思考与练习 第六章 民族文化与广告图形 学习要点及目标 本章导读 引导案例 第一节 尊重民族文化 一、中国文化的价值观 二、西方文化的价值观 三、广告应以尊重民族文化为根本 第二节 民族的才是世界的一、巧用文化共性 二、立足传统、保持特色 三、理解文化符号差异、使沟通无障碍 四、跨文化整合，本土化实施 本章小结 思考与练习 实训课堂第七章 创意及其流程 学习要点及目标 本章导读 第一节 理解创意 一、创意的概念 二、广告创意的概念及理解 三、广告创意的特征 第二节 广告公司是如何做的 一、广告公司操作流程简介 二、平面广告创意的一般流程 第三节 课堂实战——从创意到完成 本章小结 思考与练习 实训课堂附录 世界著名广告人简介参考文献

<<广告图形创意与表现>>

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>