

<<POP广告设计>>

图书基本信息

书名：<<POP广告设计>>

13位ISBN编号：9787313089151

10位ISBN编号：7313089155

出版时间：2012-8

出版时间：赵璐、胡拥军、刘境奇 上海交通大学出版社 (2012-08出版)

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>

<<POP广告设计>>

内容概要

《高等学校艺术设计类专业"十二五"规划教材:POP广告设计》立足于市场,在大量实践调研基础上,强调POP广告的实用性及与其他学科的关联性,力求全面系统地介绍POP广告的新理论、新思维、新观念、新方法。

并通过大量实例图片介绍,具有较强的实用性和参考价值。

其包括7方面的内容:POP广告概论、POP广告的功能与分类、POP广告设计整合运用、POP广告视觉构成要素、平面POP广告的应用、立体POP广告设计与制作、手绘POP广告设计。

<<POP广告设计>>

作者简介

赵璐，毕业于湖南师范大学装潢设计与工艺教育专业，硕士，二级广告设计师，国际商业美术设计师，其十余年来曾主持广告、艺术设计等多个专业的筹建与管理建设工作，现主要从事广告、影视动画专业课程教学、教研及教学管理工作。

胡拥军，湖北工学院工业美术系硕士研究生，国际商业美术设计师，二级技师，高级影视动画工程师，其十余年来曾主持环艺、广告、动漫、艺术设计等多个专业筹建与持续建设工作，并先后担任过广告、动漫、艺术设计等专业教研室主任，现主要从事广告、动漫专业课程教学，教研工作。

书籍目录

第一章 POP广告概论 第一节 POP广告概述 第二节 POP广告的特点 第三节 POP广告市场调研 第二章 POP广告的功能与分类 第一节 POP广告的功能 第二节 POP广告的分类 第三章 POP广告设计整合运用 第一节 整合营销的POP广告策略 第二节 POP广告与展示设计的整合 第三节 POP广告与市场营销的关系 第四节 POP广告与视觉构成的关系 第五节 POP广告与海报(招贴)的整合运用 第六节 POP广告与包装设计的整合运用 第七节 POP广告策划、设计与制作 第四章 POP广告视觉构成要素 第一节 字体设计 第二节 图形插画绘制 第三节 装饰图案 第五章 平面POP广告的应用 第一节 平面POP广告设计的创意 第二节 平面POP广告设计分类解析 第三节 平面POP广告设计主要作图顺序 第四节 平面POP广告设计的关键 第六章 立体POP广告设计与制作 第一节 立体POP广告的类型特点与造型要素 第二节 常见的几种立体POP广告的功能与设计要素 第三节 立体POP广告的材料与制作 第七章 手绘POP广告设计 第一节 手绘POP广告的特点 第二节 手绘POP常用工具材料 第三节 白底手绘POP海报的制作过程 第四节 彩底手绘POP海报的制作过程 参考文献

章节摘录

版权页：插图：通常广告学学科中的市场调查内容繁多，问题复杂，这里不作展开。

以下针对POP广告而言，可把与POP广告有关市场调查的问题归结为两个方面：一是市场潜力调查；二是适销产品市场情况调查。

（一）市场潜力调查 所谓市场潜力调查，是指产品在目标市场上的销售前景，其目的是通过调查查明直接影响产品在目标市场上销售的各种因素，明确地分析在目标市场上组织销售的可行性及其发展前景，以便更好地选择产品的目标市场。

一般而言，影响产品的市场潜力的因素主要有如下几点：市场所在地的政策、法规；市场容量、消费方式和消费需求增长情况；影响需求的各种因素，以及市场竞争等。

在我们对某一市场的潜力进行调查时，就需要结合具体的产品，围绕上述要点搜集有关资料，进行深入分析。

1.市场所在地的政策、法规 这是进行新产品开发、尤其是为产品开拓新的市场时必须考虑的调查内容。

事实上，不仅国与国之间的有关经济政策和法规是不相同的，即使在同一个国家（如在我们中国），不同省、地区甚至县一级的经济政策和法规都是有差别的。

这些政策和法规主要是地方工业政策、商业政策和税务政策，以及一些管理性法规。

其中，税务政策和价格管理政策尤为重要，直接关系到产品的利润水平。

因此，对目标市场所在地的政策法规进行调查研究和分析，全面掌握当地政策法规情况，并找出有关政策法规中对产品的市场开发和市场销售有利的和不利的方面和内容，从而可以为企业的市场决策提供政策上的依据。

同时，还必须对市场所在地目前所处的政治经济形势进行调查和判断，并进而预测其未来发展趋势。

这样，就必须去了解和分析对当地政治经济发展变化构成直接影响的各种政治势力的发展动向。

如宗教信仰和意识形态领域的压力变化，经济政策的调整等，都会对产品的销售潜力产生巨大影响。

2.市场容量调查 进行政策法规调查，完全是为了推测产品在新市场或潜在市场的销售可能性及其在政策上应该采取的对策。

然而，为了了解市场潜力，还必须深入调查目前市场的容量和产品在当地的消费方式、消费增长情况。

<<POP广告设计>>

编辑推荐

《高等学校艺术设计类专业"十二五"规划教材:POP广告设计》适合视觉传达、广告设计、装饰设计、环境艺术等专业师生学习和教学参考。

<<POP广告设计>>

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>