

<<互动广告创意与设计>>

图书基本信息

书名：<<互动广告创意与设计>>

13位ISBN编号：9787501954759

10位ISBN编号：7501954755

出版时间：2007-1

出版时间：轻工业出版社

作者：刘文沛、应宜伦

页数：206

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>

<<互动广告创意与设计>>

内容概要

这部书系统地介绍了几年来互动广告的发展与成果。

第1、2章为互动广告基础理论部分，主要介绍网络媒体与互动广告的起源、定义、发展、研究内容及发展趋势；第3、4、5章为互动广告设计艺术部分，对网络广告带来的新思维、新观念进行了详尽的探讨，并对网络广告的策划与创意，网页界面及其构成元素的艺术设计进行了详细剖析与研究；第6章为互动广告设计实例部分，所举案例皆为上海安瑞索思（中国）有限公司最近数年来的成功力作。

《互动广告创意与设计》一书，大胆地采取了学界和业界结合的方法写作，由中国传媒大学的专业教师和领先互动设计界的业界精英--上海安瑞索思（中国）有限公司合作编著，力求理论与实践紧密结合，使读者既能得到理论上的熏陶和充实，又能充分领略第一线设计公司的实战氛围。

这部书适合研究互动设计、数字艺术设计、多媒体艺术设计等学科的工作者，包括研究人员、教师、研究生、大学本科高年级学生等作为教材或参考书。

也可供广大专业设计公司的设计师做学习、参考之用。

书籍目录

第一章 现代媒体与传播 第一节 大众传播与传统媒体 第二节 网络媒体的兴起与发展 第三节 网络媒体与传播 第四节 异军突起的手机媒体第二章 网络广告概述 第一节 网络时代的广告 第二节 网络广告的类型与特点 第三节 网络广告的效果评定第三章 网络广告新思维 第一节 新技术促进网络广告的发展 第二节 多媒体、流媒体与富媒体 第三节 互动设计 第四节 体验式设计第四章 网络广告策划与创意 第一节 网络广告策划概述 第二节 提高网络广告的效率 第三节 广告创意概述 第四节 创意方法与策略 第五节 网络广告创意第五章 网络广告设计 第一节 网络广告站点规划 第二节 网络广告用户界面设计 第三节 网络广告的版面设计 第四节 网络广告的构成元素设计第六章 网络广告设计实例 案例一 好易通9800 案例二 ELLE China Year 2003 案例三 Philips 530 案例四 植村秀绿茶洁颜油 案例五 上海大众途安预热网站 案例六 包罗万象成效卓然——上海大众途安网站参考资料

<<互动广告创意与设计>>

编辑推荐

《互动广告创意与设计》一书是属于国家重点科研项目——“211工程”中的子项目“互动艺术系列教材”中的一部。

本书的性质，既是属于国家重点科研项目，又是作为专业教材(数字媒体艺术专业)而使用。

全书共分六章，由刘文沛撰写第1-5章，应宜伦撰写第6章。

本书适合研究互动设计、数字艺术设计、多媒体艺术设计等学科的工作者，包括研究人员、教师、研究生、大学本科高年级学生等作为教材或参考书。

也可供广大专业设计公司的设计师做学习、参考之用。

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>