

<<平面广告实务>>

图书基本信息

书名：<<平面广告实务>>

13位ISBN编号：9787504338167

10位ISBN编号：7504338168

出版时间：2002-1

出版时间：中国广播电视出版社

作者：刘友林

页数：229

字数：150000

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>

<<平面广告实务>>

内容概要

本书是《广告实务操作丛书》之一，从基础、应用、类型三方面对广告平面设计进行了系统、全面的阐述。

另外，本书直接或间接在借鉴了国内外学者的一些研究成果，引述了一些获奖的平面广告作品。

书籍目录

上篇 基础篇第一章 概述 第一节 平面广告的特点与分类 第二节 平面广告的发展概况第二章 平面广告的主题与创意 第一节 平面广告的主题与定位 第二节 平面广告的创意 第三节 平面广告创意的思维方法中篇 应用篇第三章 平面广告文案 第一节 概述 第二节 平面广告文案的构成第四章 平面广告的画面 第一节 概述 第二节 平面广告画面的种类 第三节 平面广告画面的表现 第四节 平面广告画面的造型 第五节 平面广告画面的色彩第五章 平面广告的版面编排与字体设计 第一节 平面广告版面编排的顺序与法则 第二节 平面广告版面如何提高视觉效果 第三节 平面广告版面编排的形式 第四节 平面广告的字体设计第六章 报纸广告创作实务 第一节 报纸广告的特点 第二节 报纸广告的创作要求 第三节 报纸广告的表现手段第七章 杂志广告创作实务 第一节 杂志广告的特点 第二节 杂志广告的创作要求 第三节 杂志广告的表现形式下篇 类型篇第八章 其他类型平面广告的创作第九章 电脑在平面广告设计中的应用后记

<<平面广告实务>>

章节摘录

(一)从制作方式来看,平面广告可以分为印刷类、非印刷类这两大类 凡是以印刷方式制作出来的广告,都属印刷类平面广告。

它主要有五种:一是报纸,如日报、周报、早报、晚报、综合报纸、专业报纸、中央报纸、地方报纸、内部报纸等。

二是杂志,如周刊、旬刊、半月刊、月刊、双月刊、季刊等。

三是图书,如工商名录、年鉴、日历、电话号簿、各种画册等。

四是包装,如各种包装纸、包装袋、包装盒等。

五是函件,如信件、说明书、明信片、商品目录、商业信函等。

另外,还有标签、赠券等,都属于印刷类。

凡不是以印刷方式制作出来的广告,都属非印刷类平面广告。

这一类平面广告比较杂,以户外广告居多,比如有光电型的霓虹灯广告,有喷绘型的招牌广告、大型广告牌与车身广告(包括人工绘制的与电脑喷绘的),有临时性的布幔广告与条幅广告等。

(二)从传播方式来看,平面广告可以分为以下几大类 1.流通类:这类广告自身可以到处流通。

流通类广告有大众传播与自行传播两种。

大众传播平面广告包括报纸、杂志等大众传媒和有着近似的传播量但用途更为专一的媒体,诸如车船机票、电话黄页、旅游图册、电话卡等为载体的平面广告媒体。

这类广告多半由有关机构发行,发行量大,接触率高,能覆盖目标市场区域及目标对象,更多更快地抓住目标消费群体。

覆盖面广泛是这类媒体的优势,但是针对性不强,其投入与收益之比往往难于精确计算,如不能打动潜在消费者的心理,庞大开支将得不偿失。

.....

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>