

<<广告教学与设计>>

图书基本信息

书名：<<广告教学与设计>>

13位ISBN编号：9787508481586

10位ISBN编号：7508481585

出版时间：2011-1

出版时间：中国水利水电出版社

作者：李凯 编

页数：216

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>

<<广告教学与设计>>

内容概要

《广告教学与设计（平面设计专业）》以优秀的广告案例为切入点，力求深入浅出地把理论与实践结合起来，注重在掌握基本规律的基础上，通过实例分析、作品点评及课后实训引导学生运用发散思维和头脑风暴法进行创意设计和思维开发。

全书共分6章，包括广告设计的概述、广告设计的基本原理、广告设计的定位、策划及设计程序、广告设计的主题与创意、广告的版面编排、广告的媒介运用与设计。

章节内容包含基础知识、实例分析、作品点评及课后实训，环节紧凑的塑造了一个完整的教学体系。

本书以新鲜和切合学生实际为出发点，选用了近千张广告界最优秀的作品拓宽学生设计视野。为了使学生对广告设计理论知识深入理解，在每一章节的每一个知识点下面都配有具有代表性的优秀的广告作品。

更主要的是，通过对广告案例进行分析，优秀作品进行点评能够挖掘学生的逻辑思维能力、想象能力、洞察能力，并培养学生多元化的思维方式。

本书可作为应用型本科、高职高专和成人高等院校艺术设计专业、广告专业及相关专业的教材，也可作为广告设计爱好者及广告设计人员提供参考资料。

<<广告教学与设计>>

书籍目录

前言第一章 广告设计概述1.1 广告的概念1.2 广告发展简史1.2.1 广告的发展历程1.2.2 中国广告的发展过程及风格1.2.3 未来中国广告业的发展趋势1.3 广告设计的使命1.4 广告设计师应具备的基本素质1.4.1 基本素质1.4.2 如何提高广告人的素质1.5 案例分析—广告设计的使命1.5.1 东芝液晶电视杂志广告分析1.5.2 家乐福打折招贴广告分析1.5.3 英伦品牌Wonderbra魔术胸罩的户外广告分析1.5.4 SONY耳机招贴广告分析1.6 作品点评1.7 课后实训1.7.1 策划一个快递公司广告1.7.2 策划一个牙线广告第二章 广告设计的基本原理2.1 广告图形2.1.1 广告图形的内容2.1.2 广告图形的类型2.2 广告标志2.3 广告文字2.3.1 广告设计中文字的功能划分2.3.2 广告中的文字设计原则2.3.3 广告中文字的排列与组合2.4 广告色彩2.4.1 色彩在广告设计中的作用2.4.2 色彩的心理作用在广告设计中的运用2.4.3 基本配色共有的心理效应2.4.4 色彩搭配在广告设计中的运用2.5 案例分析--广告设计的构成要素2.5.1 RenovaY生纸广告分析2.5.2 联邦快递广告分析2.5.3 SCOTCHGARD(思高洁)清洁剂广告分析2.6 作品点评2.7 课后实训2.7.1 策划一则配色上以彩度为主的食品广告2.7.2 策划一则配色上使用补色关系色相的商业招贴广告2.7.3 策划一则配色使用以色相调子为主的商业招贴广告第三章 广告设计的定位、策划及设计程序第四章 广告设计的主题与创意第五章 广告的版面编排第六章 广告的媒介运用与设计

<<广告教学与设计>>

章节摘录

1 广告设计概述 1.1 广告的概念 广告是为了某种特定的需要,通过一定媒体向公众推销产品或传播思想,并消耗一定的费用,招徕、承揽服务以达到增加了解和信任以至扩大销售目的的一种促销形式。

广告一词,据考证是一外来语。

它首先源于拉丁文AdA verture,其意思是吸引人注意。

中古英语时代(约公元1300—1475年),演变为Advertise,其含义衍化为“使某人注意到某件事”;或“通知别人某件事,以引起他人的注意”。

直到17世纪末,英国开始进行大规模的商业活动。

这时,广告一词便广泛地流行并被使用。

此时的“广告”,已不单指一则广告,而指一系列的广告活动。

静止的物的概念的名词Advertise,被赋予现代意义,转化成为ertising”。

广告有广义和狭义之分,广义广告包括非经济广告和经济广告。

非经济广告指不以盈利为目的的广告,如政府行政部门、社会事业单位乃至个人的各种公告、启事、声明等,如图1-1所示的作品为地球一小时的公益广告——不要打扰它,该广告是以宣传节能环保为目的。

狭义广告仅指经济广告,又称商业广告,是指以盈利为目的的广告,通常是商品生产者、经营者和消费者之间沟通信息的重要手段,或企业占领市场、推销产品、提供劳务的重要形式。

而今天的主流广告定义则泛指经济广告。

如图1-2所示为德国汉高Perlana衣物洗涤剂广告,如图1-3所示为burg king汉堡王广告,均属经济广告。

……

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>