

<<平面广告设计与制作>>

图书基本信息

书名：<<平面广告设计与制作>>

13位ISBN编号：9787512102569

10位ISBN编号：7512102569

出版时间：2010-9

出版单位：北京交通大学

作者：陈慧颖

页数：152

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>

<<平面广告设计与制作>>

内容概要

《全国高职高专教育精品规划教材：平面广告设计与制作》是根据计算机应用技术专业国家技能型紧缺人才培养方案编写的教材，定位准确，注重能力的培养，内容创新，便于自学。

本书共分9章，主要介绍平面广告策划、创意表现、设计要素等专业理论与实践，教学与训练内容主要包括DM广告、报纸广告、杂志广告、海报招贴、户外广告、POP广告等平面广告的设计表现与技法指导，采用真实的企业项目作为案例，把平面设计工作流程带入各个项目中。

突出平面设计的专业方向与高等职业教育特色，着重于学生的设计表现、制作能力和创造性思维能力的培养。

《全国高职高专教育精品规划教材：平面广告设计与制作》可作为高职高专院校计算机应用及平面艺术设计等相关专业的教材，也可作为社会培训、自学设计者及欲从事平面广告设计相关岗位的读者之用。

<<平面广告设计与制作>>

书籍目录

第1章 平面广告设计之路1.1 平面广告设计就业前景分析1.1.1 市场前景1.1.2 就业岗位1.1.3 趋势展望1.2 平面广告设计师的知识结构1.3 平面广告设计师的能力1.4 广告公司的工作流程第2章 平面广告设计概述2.1 平面广告的形成和发展2.1.1 平面广告的萌芽2.1.2 中国广告的发展史2.1.3 国外广告的发展史2.2 平面广告设计的概念2.3 平面广告的分类2.3.1 根据传播媒介分类2.3.2 根据广告的目的和性质分类2.3.3 根据广告内容分类2.4 平面广告设计中的点、线、面2.4.1 平面广告设计中的点2.4.2 平面广告设计中的线2.4.3 平面广告设计中的面2.5 平面广告的策划第3章 平面广告的设计要素3.1 平面广告的图形设计3.1.1 平面广告图形的分类3.1.2 平面广告图形的作用3.1.3 平面广告图形设计的原则3.2 平面广告文字设计3.2.1 文字在平面广告中的作用3.2.2 平面广告文字设计应遵循的原则3.3 平面广告色彩设计3.3.1 色彩的作用3.3.2 平面广告设计的色彩调配3.4 平面广告编排设计3.4.1 平面广告版面编排的类型3.4.2 平面广告版面编排的设计原则第4章 平面广告设计的项目领域一--DM广告设计4.1 任务准备4.1.1 DM广告的定义4.1.2 DM广告的类型4.1.3 DM广告的特点4.1.4 DM广告局限4.1.5 DM广告的设计法则4.2 任务情境--"龙稞坊海鲜酱油"产品市场推广DM广告4.2.1 项目描述4.2.2 项目资讯4.3 任务实施4.3.1 撰写策划方案4.3.2 绘制草图4.3.3 设计制作4.4 任务评价4.5 拓展练习第5章 平面广告设计的项目领域二--报纸广告设计5.1 任务准备5.1.1 报纸广告的特点5.1.2 报纸广告的版式5.1.3 报纸广告的设计法则5.2 任务情境--"南岸小筑"楼盘报纸广告5.2.1 项目描述5.2.2 项目资讯5.3 任务实施5.3.1 撰写策划方案5.3.2 绘制草图5.3.3 设计制作5.4 任务评价5.5 拓展练习第6章 平面广告设计的项目领域三--杂志广告设计6.1 任务准备6.1.1 杂志广告的种类6.1.2 杂志广告的特点6.1.3 杂志广告的表现形式6.1.4 杂志广告的版式6.1.5 杂志广告的设计法则6.2 任务情境--天语SX4汽车市场推广杂志广告6.2.1 项目描述6.2.2 项目资讯6.3 任务实施6.3.1 撰写策划方案6.3.2 绘制草图6.3.3 设计制作6.4 任务评价6.5 拓展练习第7章 平面广告设计的项目领域四--海报设计7.1 任务准备7.1.1 海报的种类7.1.2 海报的特点7.1.3 海报的版式7.1.4 海报的设计法则7.2 任务情境--雀巢咖啡海报设计7.2.1 项目描述7.2.2 项目资讯7.3 任务实施7.3.1 撰写策划方案7.3.2 绘制草图7.3.3 设计制作7.4 任务评价7.5 拓展练习第8章 平面广告设计的项目领域五--户外广告设计8.1 项目准备8.1.1 户外广告的概念及类型8.1.2 户外广告的特点8.1.3 户外广告的设计法则8.2 任务情境--公交候车亭公益宣传广告8.2.1 项目描述8.2.2 项目资讯8.3 任务实施8.3.1 撰写策划方案8.3.2 绘制草图8.3.3 设计制作8.4 任务评价8.5 拓展练习第9章 平面广告设计的项目领域六--POP广告设计9.1 任务准备9.1.1 POP广告的定义及起源9.1.2 POP广告的功能9.1.3 POP广告的分类9.1.4 POP广告的发展趋势9.1.5 POP广告的设计法则9.2 任务情境--圣诞节晚会POP广告9.2.1 项目描述9.2.2 项目资讯9.3 任务实施9.3.1 撰写策划方案9.3.2 绘制草图9.3.3 设计制作9.4 任务评价9.5 拓展练习附录A 广告设计术语及规格参考文献

<<平面广告设计与制作>>

编辑推荐

《平面广告设计与制作》重点突出应用性，贴近社会及企事业单位的实际需求。在撰写形式上完全采用与企业单位的合作项目开展撰写，按照各项目的工作流程设计项目任务，每个项目包含详细的策划方案及设计分析，希望通过对书中广告作品的分析和实际工作流程的讲解以及就业前景的分析，帮助学生学习和积累用以顺利进入平面设计行业的经验，不断提高审美能力和设计水平，同时也培养学生良好的职业素养。

<<平面广告设计与制作>>

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>