

<<广告设计基础>>

图书基本信息

书名：<<广告设计基础>>

13位ISBN编号：9787532277926

10位ISBN编号：7532277925

出版时间：2012-2

出版时间：上海人民美术出版社

作者：崔生国

页数：142

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>

<<广告设计基础>>

内容概要

设计是一个大学科，广告设计只是其中一项，各种设计存在的方式、目的各不相同，但设计方法和思维处理上却是可以融会贯通。

设计教学上的学科界线模糊化亦成为事实，但专业学科的系统化和深入化也同时存在，这两者并不矛盾，一方面要求我们全面学习了解各个专业，另一方面要求我们有深入系统的研究，横向纵向双方面共同发展我们的设计能力。

<<广告设计基础>>

作者简介

崔生国，毕业于无锡轻工大学设计学院现为上海师范大学美术学院设计系副教授是畅销的设计教材《色彩构成》、《图形设计》的作者。

他同时是一位优秀的平面设计师，其作品多次参加海内外各种设计展览并获奖，其中包括全国书籍装帧艺术展银奖、华东大奖银奖、香港设计双年展优异奖、香港国际海报三年展、德黑兰国际海报双年展等等。

多件作品被海内外博物馆、美术馆收藏。

<<广告设计基础>>

书籍目录

前言

第一章 广告设计概论

- 一 广告定义
- 二 广告历史
- 三 广告意义
- 四 广告类别
- 五 广告标准

第二章 广告设计要素

- 一 广告文字
- 二 广告图形
- 三 广告色彩
- 四 广告版面

第三章 广告创意设计

- 一 广告情感创意
- 二 广告文案创意
- 三 广告图形创意
- 四 图形表现手法
- 五 系列广告设计

第四章 广告媒体形式

- 一 报纸广告
- 二 杂志广告
- 三 招贴设计
- 四 户外广告
- 五 其他广告

第五章 广告设计流程

- 一 市场调查研究
- 二 设计目标定位
- 三 创作意念构思
- 四 深入发展完善
- 五 制作修改发布

第六章 广告设计教学

- 一 课程介绍
- 二 作业练习
- 三 学习建议

<<广告设计基础>>

编辑推荐

广告设计基础系统地讲述了广告设计的基本理论，以大量的优秀广告为范例，深入浅出地讲解了广告设计的创意设计方法可以给学习者最直接、最实在的学习指导。

《中国美术院校新设计系列教材：广告设计基础（第2版）》具有以下特点：理念新颖，积极把握广告设计的发展动向，用最新的观念引导广告教学。

图例精彩，精选了当今世界各国最新的优秀广告近500幅为教学范例。

教学方法操作性强，帮助学生最快地掌握广告设计的基本技巧。

通俗易懂、简洁生动的文字方便读者轻松地阅读理解。

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>