

<<现代广告设计>>

图书基本信息

书名：<<现代广告设计>>

13位ISBN编号：9787535637123

10位ISBN编号：7535637124

出版时间：2010-8

出版时间：湖南美术出版社

作者：孙湘明 编

页数：119

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>

## <<现代广告设计>>

### 内容概要

《高等院校艺术设计专业教学研究丛书：现代广告设计》集合了作者多年从事广告教育教学的理论与实践经验，意在建构一个科学的现代广告设计的基本框架和较为系统的现代广告教学体系。编写中力求深入浅出地将理论与实践紧密结合，循序渐进地从广告的概念、发展与演变及基本原理入手，结合创意思维方法，引导学生运用发散性思维和头脑风暴法等方式进行创意思维的开发，通过分类广告设计实践系统地掌握广告设计的原理和方法，并通过大量优秀广告作品的欣赏，提高学生对视觉语言的识别力与感受力。

此外，在编写过程中还有所侧重地将广告设计与专业基础课、动手能力与学术研究有机结合。

## 作者简介

孙湘明，中南大学艺术学院教授、副院长，湖南省美术家协会理事，湖南设计家协会理事，湖南省艺术教育委员会主任，中国高等教育学会艺术教育委员会理事，主持多项国家、省、部级社会科学基金课题，作品在美国宾州大学、普渡大学等地展出，多幅作品被美、英、日等国收藏。

出版《平面广告设计》、《造型艺术美学》、《系统艺术概论》、《水粉画写生技法》等专著，科研课题、论文、作品多次获得各级奖励。

2006~2007年在美国普渡大学访学，并应邀在丹佛艺术学院、芝加哥艺术学院、哥伦比亚大学等大学讲学。

指导的学生作品多次获得国际、国内多项设计大奖。

## <<现代广告设计>>

### 书籍目录

前言第一章 广告总论第一节 现代广告的本质第二节 广告的因素第三节 广告的功能第四节 现代广告的基本理论第二章 现代广告的渊源及风格演变第一节 广告发展概述第二节 现代广告的发展第三节 现代广告设计的风格与演变第三章 广告设计的基本原理第一节 广告的视觉要素第二节 广告文案第三节 广告的定位第四节 广告的视觉流程设计第五节 广告的形式美法则第四章 广告的创意第一节 广告的创意思维第二节 广告的创意方法第三节 广告创意的视觉化第五章 广告的表现技巧第一节 广告的构图技巧第二节 广告的版式技巧第三节 广告的视觉技巧第六章 广告设计课题第一节 广告的设计开发流程第二节 报纸广告设计第三节 杂志广告设计第四节 户外广告设计第五节 POP广告设计第六节 商业陆广告设计第七节 公益性广告设计附件参考文献后记

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>