

<<手绘POP海报设计>>

图书基本信息

书名：<<手绘POP海报设计>>

13位ISBN编号：9787538154283

10位ISBN编号：7538154280

出版时间：2008-4

出版时间：辽宁科学技术出版社

作者：王猛 编

页数：120

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>

<<手绘POP海报设计>>

内容概要

本书由泰山手绘POP工作室创立人泰山（王猛）精心编著。
全书以当今较为实用的海报制作技法为主，从创新加实用角度出发，不仅可供初学者和广告创意人员学习，也可作为POP培训机构和高等职业学校的教材。

<<手绘POP海报设计>>

作者简介

王猛，笔名“泰山”，泰山手绘POP工作室创始人。
1979年生于沈阳，自幼酷爱绘画，大学就读于鲁迅美术学院。
毕业后，曾任多家公司的POP设计师及企划总监。
多年来一直致力于手绘POP的创作与研究，形成自己独特的手绘风格。

曾出版书籍：《手绘POP广告设计》；《手绘POP魅力字体》；《手绘POP创意插图》；《手绘POP美食天地》；《手绘POP节日喜庆》；《手绘POP商业展示》；《手绘POP校园生活》；《手绘POP休闲娱乐》；《手绘POP标题字库》；《手绘POP插图库》

座右铭：没有失败的人，只有放弃的人。

<<手绘POP海报设计>>

书籍目录

第一章 认识POP广告 1.POP广告的定义 2.POP广告的功能 3.POP广告的分类第二章 手绘POP的工具 1.笔材类 2.纸张类 3.辅助类第三章 手绘POP的构成要素 1.结构分析 2.字体设计 3.插图绘制 4.装饰图案第四章 手绘POP海报制作 1.白底海报制作过程 2.彩底海报制作过程 3.立体POP制作过程第五章 手绘POP海报分类 1.餐饮类手绘POP 2.节日类手绘POP 3.商业类手绘POP 4.公益类手绘POP 5.服饰类手绘POP 6.休闲类手绘POP 7.美容类手绘POP 8.培训类手绘POP

<<手绘POP海报设计>>

章节摘录

插图：第一章 认识POP广告1.POP广告的定义POP，是英文point of purchase的缩写，可以译为“购买点的广告”，因为它是某种商品进入到流通领域后的最后一种广告形式，所以也称之为“终点广告”。

20世纪20年代开始，在美国等一些西方国家，零售业的经营模式发生了翻天覆地的变化。老式的经营模式被逐步取代，大型超级市场如雨后春笋般兴起，并飞速发展，成为零售业的主流业态。

在新的销售模式下，为充分传递商品信息，POP广告应运而生，成为超级市场营销的主要手段，并逐渐得到普及，同时也开始攻占其他媒体的宣传阵地。

POP广告得到了商家和消费者的一致认可，在广告业的地位不断上升。

伴随着改革开放，我国市场经济驶上了高速路，商业零售业抛弃了陈旧的销售模式，大力引进国外的超级市场经营方式，各大城市的超级市场、仓储式大卖场纷纷兴起，国外的零售业巨头也纷纷抢滩中国市场。

家乐福、沃尔玛、麦德龙等相继在中国大陆市场占有了自己的地盘，并在不断扩充。

在这样的形势下，POP广告由日本、中国台湾、中国香港走进中国内陆，大显身手。

POP广告因具有速度快、变化快、易制作等特性，也得到了国内商家及消费者的认可和接受。

如今，POP广告已成为商业竞争中最有效的手段之一。

2.POP广告的功能商品的品质、服务的热忱固然是吸引消费者购买商品的两大因素，但是若缺乏出色的广告表现以及好的陈设与布置，那么商品的销售必然大打折扣。

<<手绘POP海报设计>>

编辑推荐

《手绘POP海报设计》由泰山手绘POP工作室创立人泰山（王猛）精心编著。由辽宁科学技术出版社出版。

<<手绘POP海报设计>>

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>