

<<实用广告设计>>

图书基本信息

书名：<<实用广告设计>>

13位ISBN编号：9787561449363

10位ISBN编号：7561449364

出版时间：2010-8

出版时间：四川大学

作者：马丽娃

页数：214

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>

<<实用广告设计>>

内容概要

本书试图还原广告的真实面目，可以给热爱广告和对广告事业感兴趣的读者做一个全面系统的介绍，针对艺术设计类专业的学习者最缺乏的理论部分做个补充。

通过对本书的阅读和学习，大家可以对广告有一个系统而完整的认识，同时学会广告设计中常用的表现形式，最终目的就是能够弄明白、说清楚到底“什么是广告”。

本书的写作目的就是想让更多对广告有兴趣的人了解广告，走进广告！

作者简介

马丽娃，哈尔滨生人，本科毕业于哈尔滨师范大学艺术学院美术系装潢设计专业，后取得黑龙江大学文学与新闻传播学院应用语言学硕士学位。

主持策划多起哈尔滨大型广告创意事件，比如索菲亚教堂大型捐助活动的策划和设计等；后被四川省招商局《外资在四川》大型中英文画册聘为主任设计师；被哈尔滨电视台《娱乐点击》节目聘为特邀嘉宾。

曾在黑龙江大学任教，2002年至今在成都大学美术学院任教，副教授。

获得过省部级和校级教学成果奖多项，编辑制作的多媒体课件多次获得国家级和校级荣誉，发表论文多篇，主编出版著作2本，参编教材多部，主要研究方向为广告设计以及艺术理论。

书籍目录

第一章 广告导论 第一节 广告的定义与分类 第二节 世界广告的起源和发展 第三节 中国广告发展概况
第二章 广告媒介研究 第一节 广告媒介的定义以及分类特征 第二节 报纸和杂志广告媒介 第三节 电视和广播广告媒介 第四节 户外和直销广告媒介 第五节 网络广告媒介
第三章 广告策划及创意研究 第一节 广告策划 第二节 广告创意 第三节 广告主题 第四节 广告创意人才的培养
第四章 平面广告的设计实施 第一节 平面广告概述 第二节 平面广告的编排设计 第三节 印刷媒体的设计原则和方法 第四节 户外媒体的设计原则和方法
第五章 POP广告的设计 第一节 POP广告的定义和分类 第二节 POP广告的制作类别和方法 第三节 POP广告的应用和发展趋势
第六章 CIS企业形象识别系统简述 第一节 解读CIS内涵 第二节 CIS的构成要素 第三节 VIS视觉识别系统 第四节 CIS与广告的关系
第七章 影视广告设计制作 第一节 电视广告的类型和特性 第二节 电视广告的构成要素 第三节 电视广告的制作流程 第四节 电视广告的创意原则和手段
附录 国际五大广告奖项介绍
参考文献

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>