

## <<平面广告视觉设计>>

### 图书基本信息

书名：<<平面广告视觉设计>>

13位ISBN编号：9787561516300

10位ISBN编号：7561516304

出版时间：2000-7

出版时间：厦门大学出版社

作者：朱健强

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>

## <<平面广告视觉设计>>

### 内容概要

《平面广告视觉设计》是视觉传播原理与广告视觉设计实践相结合的产物。该书系统阐述了广告视觉传播和设计应用的基本原理，广告视觉设计历史沿革，广告视觉传播的认知心理和视觉设计中的美学原理。分析介绍了广告传播的视觉流程，广告视觉构成要素的特点和规律，以及广告画面的编排与构成方法，广告的创意与视觉表现，以及平面媒体广告视觉设计应用的规律和方法。本书可作为从事广告设计和策划人员的专业理论书籍，也可以作为高等学校广告学、广告设计专业的教学参考书。

## <<平面广告视觉设计>>

### 书籍目录

总序第一章 概论 第一节 广告视觉传播 第二节 广告视觉要素 第三节 广告传播中的五“1”第二章 平面广告视觉设计的沿革 第一节 广告视觉设计简史 第二节 招贴广告的历史 第三节 瑞士图形艺术与包豪斯 第四节 现代视觉艺术的影响第三章 平面广告的视觉认知原理 第一节 视觉传播中的感觉原理 第二节 视觉传播中的知觉原理 第三节 视觉传播中的注意原理 第四节 视觉传播中的记忆原理第四章 平面广告的视觉流程 第一节 视觉流程构成因素 第二节 视觉运动的规律 第三节 视觉流程设计的原则和方法第五章 平面广告视觉美学原理 第一节 视觉形式美的基本法则 第二节 广告视觉传播中的形式美第六章 文字视觉设计 第一节 广告文字的功能和类型 第二节 广告文字的造型设计 第三节 广告文字编排的主要形式 第四节 文字的视觉表现与应用 第五节 广告标题与内文的编排设计第七章 图形视觉设计 第一节 广告图形的功能和意义 第二节 广告图形的设计观念 第三节 广告图形类型与特征 第四节 广告图形的创意与表现 第五节 广告图形的同构设计第八章 色彩视觉设计 第一节 色彩设计的基本原理 第二节 色彩的联想和象征 第三节 广告色彩设计方法与技巧第九章 编排视觉设计 第一节 广告版面编排的原则和程序 第二节 广告编排的主要类型与构成原理 第三节 广告版面编排的构成模式 第四节 广告版面编排的构成方法 第五节 广告版面编排中的对位手法第十章 平面广告创意与视觉表现 第一节 平面广告创意与视觉思维 第二节 平面广告创意的视觉表现方法 第三节 平面广告创意的异质性视觉表现 第四节 平面广告创意的视觉表现策略第十一章 平面广告的诉求形式与版面构成 第一节 平面广告的诉求形式 第二节 平面广告的版面构成第十二章 平面广告媒体应用策略 第一节 平面广告媒体的特点 第二节 平面广告媒体的执行策略参考文献后记

<<平面广告视觉设计>>

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>