

《网络广告设计与制作》

图书基本信息

书名：《网络广告设计与制作》

13位ISBN编号：9787302116202

10位ISBN编号：7302116202

出版时间：2005-12

出版社：清华大学出版社

作者：谢成开

页数：232

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《网络广告设计与制作》

内容概要

书籍目录

第1章 网络的广告价值

1.1 网络的发展

1.1.1 网络的概念

1.1.2 Internet的产生

1.1.3 应用扩展促使Internet发展

1.1.4 商业化促使Internet的发展加速

1.1.5 万维网与Internet的应用

1.1.6 网络时代的来临

1.1.7 中国的Internet发展

1.1.8 Internet的未来

1.1.9 Internet成为第四媒体

1.2 网络的受众

1.2.1 受众数量高速增长

1.2.2 受众的年龄特征

1.2.3 受众的性别特征

1.2.4 受众的文化程度特征

1.2.5 网络受众的上网目的

1.2.6 用户经常使用的网络服务

1.2.7 受众对网络广告的态度

1.3 网络的覆盖范围

1.4 网络广告的现状和发展

1.4.1 网络广告的概念

1.4.2 网络广告的现状

1.4.3 网络广告存在的问题

1.4.4 网络广告的发展趋势

1.5 思考与练习题

第2章 网络广告的一般原理

2.1 网络广告的形式

2.1.1 旗帜广告

2.1.2 按钮广告

2.1.3 漂移广告

2.1.4 悬浮式广告

2.1.5 弹出式广告

2.1.6 电子邮件广告

2.1.7 网上分类广告

2.1.8 关键词广告

2.1.9 游戏广告

2.1.10 网站栏目广告

2.1.11 其他广告形式

2.2 网络广告的信息元素

2.2.1 网络广告中的文字

2.2.2 网络广告中的图像

2.2.3 网络广告中的动画

2.2.4 网络广告中的声音

2.3 网络的传播特点

2.4 网络广告与传统媒体广告的比较

2.4.1 网络广告的优势

2.4.2 传统广告的优势

2.4.3 网络广告的劣势

2.4.4 传统媒体广告的劣势

2.5 思考与练习题

第3章 网络广告设计

3.1 网络广告创意设计

3.1.1 广告创意的含义

3.1.2 广告创意在广告中的作用

3.1.3 广告创意要策略为先

3.1.4 好广告创意的特征

3.1.5 广告创意常用方法

3.2 网络广告标题设计

3.2.1 网络广告标题的功能

3.2.2 网络广告标题的几种类型

3.3 网络广告动画设计

3.3.1 网络广告动画的特点

3.3.2 网络广告动画设计的艺术规律

3.3.3 广告动画的基本形式

3.3.4 常见动画效果

3.4 网络广告互动设计

3.4.1 鼠标感应

3.4.2 行为互动 3.4.3 虚拟现实 3.5 思考与练习题

第4章 网络广告动画制作

第5章 网络广告互动技术

第6章 网络广告制作实例

习题参考答案

参考文献

《网络广告设计与制作》

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:www.tushu111.com