

《现代招贴设计与实训》

图书基本信息

书名：《现代招贴设计与实训》

13位ISBN编号：9787531443636

10位ISBN编号：7531443635

出版时间：2009年08月

出版社：辽宁美术出版社

作者：刘永福

页数：135

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

内容概要

当我们把美术院校所进行的美术教育当做当代文化景观的一部分时，就不难发现，美术教育如果也能呈现或继续保持良性发展的话，则非要“约束”和“开放”并行不可。所谓约束，指的是从经典出发再造经典，而不是一味地兼收并蓄；开放，则意味着学习研究所必须具备的眼界和姿态。这看似矛盾的两面，其实一起推动着我们的美术教育向着良性和深入演化发展。这里，我们所说的美术教育其实有两个方面的含义：其一，技能的承袭和创造，这可以说是我国现有的教育体制和教学内容的主要部分；其二，则是建立在美学意义上对所谓艺术人生的把握和度量，在学习艺术的规律性技能的同时获得思维的解放，在思维解放的同时求得空前的创造力。由于众所周知的原因，我们的教育往往以前者为主，这并没有错，只是我们更需要做的一方面是将技能性课程进行系统化、当代化的转换；另一方面需要将艺术思维、设计理念等这些由“虚”而“实”体现艺术教育的精髓的东西，融入我们的日常教学和艺术体验之中。

美术教育其实有两个方面的含义：其一，技能的承袭和创造，这可以说是我国现有的教育体制和教学内容的主要部分；其二，则是建立在美学意义上对所谓艺术人生的把握和度量，在学习艺术的规律性技能的同时获得思维的解放，在思维解放的同时求得空前的创造力。

《现代招贴设计与实训》

书籍目录

序第一章 招贴广告设计概述 第一节 招贴广告设计的基本概念 第二节 招贴广告设计的分类 第三节 招贴广告设计的历史第二章 招贴广告设计的创意 第一节 招贴广告创意的基础 第二节 招贴广告创意的关键点 第三节 招贴广告创意的技巧第三章 招贴广告的形式语言 第一节 形式是招贴广告的存在方式 第二节 广告设计形式拓展的方法 第三节 广告设计的多样化形式 第四节 基础要素的广告设计观第四章 招贴广告的艺术表现 第一节 绘画表现的招贴广告 第二节 摄影技法表现的广告设计 第三节 图形语言表现的广告设计 第四节 肌理语言表现的广告设计 第五节 设计插图技法表现的广告设计 第六节 其他表现手法的招贴广告 第七节 广告设计的多样化表现手法第五章 招贴广告设计的分类 第一节 商业广告设计 第二节 公益广告设计 第三节 文化招贴设计第六章 招贴广告的视觉传达设计 第一节 招贴广告的视觉语言要素 第二节 招贴广告视觉流程与设计第七章 招贴广告设计的视觉传达形式 一、直接表现 二、比喻象征 三、对比表现 四、夸张表现 五、特征表现 六、联想表现 七、幽默表现 八、运用问答 九、情感表现 十、明星效应 十一、系列表现第八章 广告设计竞赛的实战案例 第一节 寻找无名英雄，104人力银行 第二节 美白到底，卡尼尔 第三节 命运 第四节 能源耗尽 第五节 鲸鱼的枷锁 第六节 时尚与文化系列招贴 第七节 中国文明魅力绽放 第八节 水溶女友面膜 第九节 天和牌消痔软膏 第十节 丹泉酒VIP务系列 第十一节 我们的地球我们的母亲 第十二节 索取与拯救 第十三节 脸谱印象 第十四节 东北二人转系列文化招贴 第十五节 “意识至上”创意有理 第十六节 飞速胡须刀后记

章节摘录

第一章 招贴广告设计概述 招贴广告设计作为视觉传达设计中的重要门类在人们日常生活中随处可见。在了解招贴广告设计之前，有必要先明晰与招贴广告设计有关的视觉传达设计概念。视觉传达设计指的是设计信息发送者利用视觉符号进行信息传达的设计过程。以招贴广告为例，在设计的过程中，招贴广告设计师属于信息发送者，招贴广告设计作品属于视觉符号，起到载体的作用，最终将设计师的理念发送给受众（在商业招贴广告设计中这一群体可称为消费者）。不同于其他类型的设计师，视觉传达设计师在设计过程中有很多局限性，一方面，视觉符号要让受众群体易于接受；另一方面，在设计过程中受客观和主观因素影响，设计师不断调整设计思路。因此，一幅招贴广告设计作品的诞生往往总是经历很多次草图 否定 草图 否定的过程。在整个招贴广告设计完成过程中不仅运用到美术学、艺术学这些传统学科知识，从功能、作用、审美方面来看还将涉及民俗学、物理学、哲学、心理学、传播学等多样化学科。为了更好提升个人设计素养，我们有必要了解招贴广告设计的基本知识。

精彩短评

1、书很新，内容分类比较清楚

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