

《广告设计》

图书基本信息

书名：《广告设计》

13位ISBN编号：9787534026607

10位ISBN编号：7534026601

出版时间：2010-2

出版社：浙江人民美术出版社

页数：137

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

《广告设计》

内容概要

《广告设计》

书籍目录

第一章 课程概述 一、培养目标 二、教学模式 三、教学重点与难点 四、课程设置与课时分配第二章 教学流程 一、教学流程表 二、广告设计 (一)广告概论 (二)广告市场 三、广告策划 (一)广告媒介 (二)广告预算 (三)广告设计表现 四、广告创作 (一)广告创意 (二)广告创意的表现形式 (三)广告设计制作 五、广告设计的效果测定与评估 (一)广告效果评估定义 (二)广告效益包括三个方面第三章 项目详解 【项目一】华瑞·湘湖美地营销推广 一、项目概况 二、项目流程 三、项目市场分析与调研 (一)从了解我们的产品开始 (二)产品swOT分析 (三)我们与竞争者的不同之处 四、项目策划 五、项目推广计划 【项目二】重庆沁园营销推广 一、项目概况 (一)项目背景 (二)项目SWOT分析 二、项目定位分析 (一)广告定位分析 (二)设计理念提升 三、广告设计表现 (一)品牌提升——企业一体化形象设计 (二)品牌提升——广告 (三)沁园品牌形象店设计效果第四章 作品赏析 一、公共服务性广告设计作品赏析 (一)公共服务性广告的特点 (二)公共服务性广告的原则 二、商业性广告设计作品赏析参考书目谢辞

《广告设计》

精彩短评

1、一本不错的书，里面的案例很适合刚接触广告设计的我们。

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