

# 《广告设计基础》

## 图书基本信息

书名：《广告设计基础》

13位ISBN编号：9787532251087

10位ISBN编号：753225108X

出版时间：2007-4

出版社：上海人美

作者：崔生国

页数：142

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](http://www.tushu111.com)

# 《广告设计基础》

## 内容概要

《广告设计基础》是作者从事设计教育和广告设计多年的积累和总结，力求用最简洁有效的表述，帮助学习者最短时间内掌握广告设计的创意方法。广告设计基础系统地讲述了广告设计的基本理论，以大量的优秀广告为范例，深入浅出地讲解了广告设计的创意设计方法，可以给学习者最直接、最实在的学习指导。设计是一个大学科，广告设计只是其中一项，各种设计存在的方式、目的各不相同，但设计方法和思维处理上却是可以融会贯通。设计教学上的学科界线模糊化亦成为事实，但专业学科的系统化和深入化也同时存在，这两者并不矛盾，一方面要求我们全面学习了解各个专业，另一方面要求我们有深入系统的研究，横向纵向双方面共同发展我们的设计能力。

# 《广告设计基础》

## 作者简介

崔生国，毕业于无锡轻工大学设计学院，现执教于上海师范大学美术学院设计系。是畅销的设计教材《色彩构成》、《图形设计》的作者。他同时是一位优秀的平面设计师，其作品多次参加海内外各种设计展览并获奖，其中包括第六届全国书籍装帧艺术展览暨评奖银奖、香港设计师协

## 书籍目录

前言

### 第一章 广告设计概论

一 广告定义

二 广告历史

三 广告意义

四 广告类别

五 广告标准

### 第二章 广告设计要素

一 广告文字

二 广告图形

三 广告色彩

四 广告版面

### 第三章 广告创意设计

一 广告情感创意

二 广告文案创意

三 广告图形创意

四 图形表现手法

五 系列广告设计

### 第四章 广告媒体形式

一 报纸广告

二 杂志广告

三 招贴设计

四 户外广告

五 其他广告

### 第五章 广告设计流程

一 市场调查研究

二 设计目标定位

三 创作意念构思

四 深入发展完善

五 制作修改发布

### 第六章 广告设计教学

一 课程介绍

二 作业练习

三 学习建议

# 《广告设计基础》

## 精彩短评

- 1、非常基础，不过还是可以得到启发的，将各类创意进行分类，其案例选取很典型
- 2、毕竟是基础，说实话，其实了解一下就够了
- 3、纸质真不错
- 4、速度快，折扣低！好啊！好啊！帮了我大忙了！
- 5、基础课！！！！专业课的书。
- 6、为了考试才买的，但是很多东西这里面都没有讲清楚，比如广告的历史？风格？只能说是应试产物
- 7、挺不错的广告设计入门书
- 8、虽然不是我要买的那本自考类的，但也很实用，图文并茂。
- 9、很有创意的广告，但对学习平面设计软件没有多大帮助
- 10、内容很好 和介绍一样
- 11、描述较为简单，案例具有代表性，更适合刚刚入门的人学习！不过不适合想更上一层楼的人来说，内容确实是有点力不从心，不能胜任更多人求知欲！！1

# 《广告设计基础》

## 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](http://www.tushu111.com)