

《平面创意设计与文案创作》

图书基本信息

书名：《平面创意设计与文案创作》

13位ISBN编号：9787302238010

10位ISBN编号：7302238014

出版时间：2010-10

出版社：清华大学出版社

作者：王艺湘 编

页数：183

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

《平面创意设计与文案创作》

前言

平面创意设计若从空间概念界定，泛指现有的以长、宽两维形态传达视觉信息的各种媒体的广告；若从制作方式界定，可分为印刷类、非印刷类和光电类三种形态；若从使用场所界定，又可分为户外、户内及可携带式三种形态；若从设计的角度来看，它包含着文案、图形、线条、色彩、编排等诸要素。据调查，广告效果的50%~75%取决于广告文案，可见文案在整个广告作品中具有举足轻重的地位，直接关系到整个设计活动的成败。通常，一则广告可以没有画面、音响，但不能没有文字。广告文案不仅是广告策划与广告创意的物化，而且是广告主题的集中表现，这样看来文案创作就显得尤为重要。本书借鉴了平面设计史上一些优秀的广告文案，并结合近年来国内外设计界出现的一些较精彩的文案案例，对广告文案的基本原理、写作技巧等进行了深入浅出的分析，力求做到理论与实践并重，普及与提高兼顾，以期为文案创作提供一些理论与可操作性的指导。

《平面创意设计与文案创作》

内容概要

《平面创意设计与文案创作》紧扣平面创意设计与文案创作的相关知识，强调各个设计环节之间的链接与融合，以创意和文案为主线进行循序渐进的介绍与分析。第一部分从第1章到第6章，重点阐述平面创意设计的媒介、编排与色彩应用、字体与构图设计等内容；第二部分从第7章到第12章，重点介绍文案创作的类型、构成、语言表达等内容。每章后面都有思考与练习题，使读者能较系统地了解平面创意设计和文案创作的基本理论，从理性和感性上培养创新思维能力。《平面创意设计与文案创作》适合高等院校艺术设计师生及平面设计人员使用。

《平面创意设计与文案创作》

书籍目录

第一部分 平面创意设计 第1章 平面创意设计原点分析 第2章 平面创意设计的视觉语言 第3章 平面创意设计的图形之美 第4章 平面创意设计的媒介 第5章 平面创意设计的编排与色彩应用 第6章 平面创意设计的字体与构图设计 第二部分 文案创作 第7章 文案创作原点分析 第8章 文案创作的类型 第9章 文案创作的构成 第10章 印刷品文案创作 第11章 信息分体文案创作 第12章 文案创作的语言表达 参考文献

章节摘录

插图：编排设计是以建立有序结构的理想方式为目的。追溯起来，20世纪20年代的达达主义及构成主义运动，30年代的照相综合技术及拼贴手法的运用，使视觉传达功能得到重视并提高，因而可以视为现代编排设计的滥觞。30-40年代的包豪斯风格派对理性形式的探索和实践，使编排设计向科学化、理性化发展，进一步完善了编排的功能。到了60年代，美国的杂志版面设计产生了飞跃，表现在一些著名杂志“LIFE”，“FORTUNE”、“SHOW”、“RO-GUE”的新颖版面，奇迹般地层出不穷，竞相争妍，其影响力甚至波及欧洲和日本等国。如今的平面设计更是极尽编排之能事，创造出一种奇妙的难以言传的潜在结构张力，吸引并左右着人们的视线。各构成要素的编排是以突出重点为基础，从而达到浑然一体的效果。编排设计自始至终要抓住人们的视线，以“瞬息间注目”为目的，做到比例适当、主次分明。其焦点聚在最佳视域，恰似“众星拱月”、“绿叶扶花”一般，让观者在瞬息间凝聚视线，感受主体形象的视觉穿透力，对内涵的信息和意义即刻领悟在心。

《平面创意设计与文案创作》

编辑推荐

《平面创意设计与文案创作》：高等院校艺术设计类基础课规划教材

《平面创意设计与文案创作》

精彩短评

- 1、内容不错，如果多一点图像分析会更好
- 2、不错的内容，自己可以用来参考一下
- 3、是为朋友买的，她说书很好，为她增添了很多创意性的想法
- 4、对没有一点基础的人来说这书看不懂，太文字化，还没光盘！！
- 5、这本书不是很好，没有什么很大的必要买~我有点后悔买了这个

《平面创意设计与文案创作》

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