

《广告设计》

图书基本信息

书名：《广告设计》

13位ISBN编号：9787112036851

10位ISBN编号：7112036852

出版时间：1999-9

出版社：中国建筑工业出版社

作者：吴国欣

页数：148

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》主要从广告策划、广告创意、广告媒体、报纸广告设计、杂志广告设计、户外广告设计、售点广告设计、电视广告设计和广播广告设计等方面深入浅出地对广告设计进行探讨和论述。全书图文并茂，并结合大量的中外优秀广告实例进行剖析与阐述。读者对象：广告专业师生，广大美术工作人员、商业人员。在五彩缤纷的广告世界里，广告要取得引人注目的难忘印象，达到为企业和产品树立良好的社会形象；在消费者心目中建立起良好信誉的目的，就必须对广告进行整体的策划，在设计手法上要创意独特、有创新，并选择适当的广告媒体。

《广告设计》

书籍目录

第一章 绪论；第二章 广告策划；第三章 广告创意；第四章 广告媒体；第五章 报纸广告设计；第六章 杂志广告设计；第七章 户外广告设计；第八章 售点广告设计；第九章 电视广告设计；第十章 广播广告设计。附录 广告设计图例。

《广告设计》

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