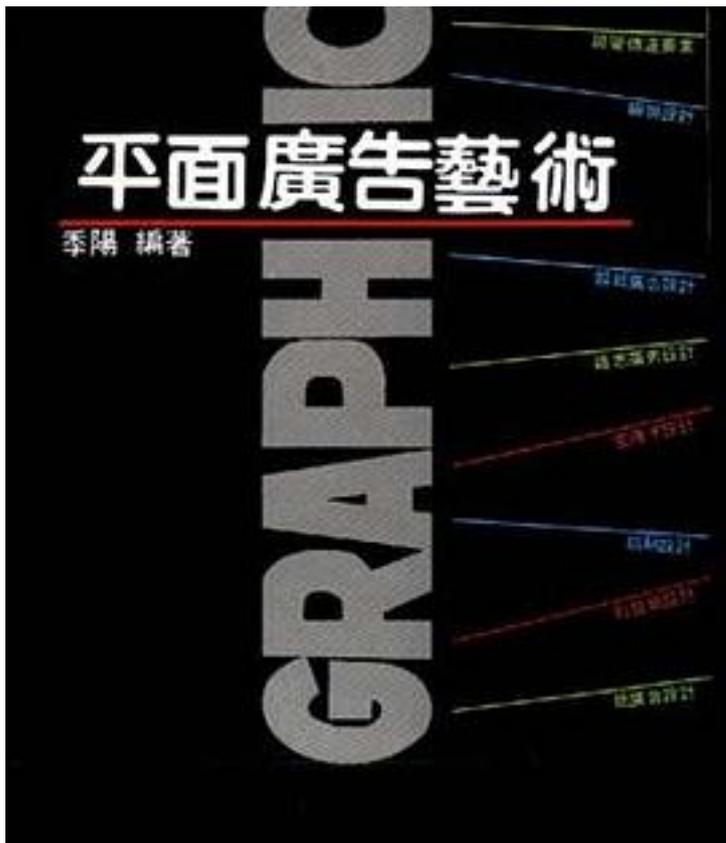


平面广告艺术



[平面广告艺术_下载链接1](#)

著者:季阳

出版者:中国美术学院出版社

出版时间:1990-03

装帧:精装

isbn:9787810190305

《平面广告艺术》内容简介：当今世界，国际市场竞争剧烈，广告作为促进销售的手段，如何根据商品的性质、市场的特点、经营的目标，运用不同的策略，选择不同的媒体，采取不同的设计，是一项专门的广告学科。

作者介绍:

目录: 平面广告艺术目次

平面广告的沿革

广告程序

(一) 广告策划

(1) 市场调研/ (2) 确定主题/ (3) 媒体选择/ (4) 预算和发布日期

(二) 广告设计

(1) 撰写文稿/ (2) 创意插图/ (3) 广告制作

(三) 效果测定

视觉传达要素

(一) 图形视觉传达要素

(1) 插图/ (2) 商标/ (3) 商品名/ (4) 奖徽/ (5) 轮廓线

(二) 文稿视觉传达要素

(1) 标题/ (2) 说明文/ (3) 标语/ (4) 其它

(三) 色彩视觉传达要素

编排设计

(一) 编排设计的意义

(二) 编排设计的功能

(1) 准确传达/ (2) 强化形象/ (3) 加深记忆/ (4) 推动销售/ (5) 扩大销售

(三) 编排设计的“三定”

(1) 定位/ (2) 定向/ (3) 定点

(四) 编排设计的原则

(1) 创意独特/ (2) 简明易懂/ (3) 情感动人/ (4) 真实可信

(五) 编排设计的顺序

(六) 编排设计的法则

(1) 最佳视域与视觉流程/ (2) 对比与极限/ (3) 调和与统一/ (4) 反复与律动

(5) 平面美与刻、版结

(七) 编排设计的类型

(1) 标题型/ (2) 标准型/ (3) 偏心型/ (4) 文稿型/ (5) 重叠型/ (6) 自
型/ (7) 分散型/ (8) 逆反型/ (9) 纵条型/ (10) 指示型/ (11) 交叉型
/ (12) 中轴型/ (13) 纵轴型/ (14) 字图型/ (15) 倾斜型/ (16) 圆球型
/ (17)) S字型/ (18) 满图型/ (19) 重复型/ (20) 集锦型

印刷工艺与制版稿

凸版印刷

(一) 凸版印刷的概况

(1) 凸版印刷的原理/ (2) 凸版印刷的特征/ (3) 凸版印刷的局限/ (4) 凸

版印刷的工艺流程

(二) 凸版制版稿的绘制

(1) 规矩线/ (2) 出血线/ (3) 画中线/ (4) 阴翻阳和阳翻阴/ (5) 对称画
面画1/2, 或左右对翻/ (6) 放大与缩小/ (7) 分色线/ (8) 阴、阳文
/ (9) 保护线/ (10) 电化铝线/ (11) 平网线和深浅网线/ (12) 多色网线
/ (13) 凹凸部分/ (14) 高光

平版印刷

(一) 平版印刷的概况

(1) 平版印刷的化学原理/ (2) 平版印刷的特征/ (3) 平版印刷的局限/

(4) 平版印刷的工艺流程

(二) 平版制版稿的绘制

(1) 层次淡画面/ (2) 食品或儿童玩具画面/ (3) 对称画面/ (4) 、画面用色
/ (5) 产品形象/ (6) 照片喷绘/ (7) 画稿喷绘

凹版印刷

(1) 凹版印刷的特征/ (2) 凹版印刷的局限

报纸广告设计

(一) 报纸广告的商业价值

(二) 报纸广告的特征和局限

报纸广告的特征

(1) 广泛性/ (2) 快速性/ (3) 经济性/ (4) 重复性/ (5) 信誉性/ (6) 可读性/ (7) 方便性/ (8) 消息性

报纸广告的局限

(1) 通用期短/ (2) 印刷较粗/ (3) 选择率低/ (4) 注意力散/ (5) 彩印率低

(三) 报纸广告的种类、规格、价目、版面类别

(1) 企业广告/ (2) 产品广告/ (3) 连合广告/ (4) 新闻广告/ (5) 声明广告/ (6) 团体广告

规格

价目

版面

(四) 报纸广告宣传的原则

(1) 有益/ (2) 有利/ (3) 有限/ (4) 有信

(五) 报纸广告的编排设计

(1) 新闻/ (2) 文稿/ (3) 插图/ (4) 干练/ (5) 强势/ (6) 优势/ (7) 黑白/ (8) 空白/ (9) 套红/ (10) 选择

杂志广告设计

(一) 杂志广告的特征和局限

杂志广告的特征

(1) 选择性/ (2) 优质性/ (3) 保存性/ (4) 灵活性/ (5) 诱导性/ (6) 重复性

杂志广告的局限

(1) 周期长/ (2) 反应慢/ (3) 覆盖率低/ (4) 传播不均/ (5) 内页难定

(二) 杂志广告的种类、规格、价目、版面

(1) 类别/ (2) 规格、版面、价目

(三) 杂志广告的编排设计

(1) 广告内容与杂志专业/ (2) 广告内容与杂志真实性/ (3) 广告色彩与产品特性/ (4) 广告版面与划样/ (5) 广告内容与技术咨询/ (6) 广告内容与成果推广/ (7) 广告版面与固定性、独立性

宣传卡设计

(一) 宣传卡的特征和局限

宣传卡的特征

(1) 及时性/ (2) 可靠性/ (3) 多样性/ (4) 欣赏性/ (5) 方便性/ (6) 伸缩性/ (7) 灵活性/ (8) 选择性

宣传卡的局限

(1) 成本高/ (2) 传播窄

(二) 宣传卡的设计

综合的知识和技能

(1) 构成要素/ (2) 表达要素

开本、折叠、装订、邮寄

(1) 开本/ (2) 折叠/ (3) 装订/ (4) 邮寄

封面设计

(1) 构思/ (2) 表现

内页编排

封底设计

招贴设计

(一) 招贴的特征和局限

招贴的特征

(1) 画面大/ (2) 远视强/ (3) 内容广/ (4) 兼具性/ (5) 重复性

招贴的局限

(1) 文字限制/ (2) 色彩限制/ (3) 形象限制/ (4) 张贴限制

(二) 招贴设计的法则

(1) 山新奇/ (2) 简洁/ (3) 夸张/ (4) 冲突/ (5) 直率/ (6) 迫力

(三) 招贴设计的步骤

(1) 开始/ (2) 接着/ (3) 最后

(四) 招贴的表现

(1) 插图魅力/ (2) 文稿魅力/ (3) 色彩魅力/ (4) 黑白魅力/ (5) 构图魅力

包装纸设计

(一) 包装纸 (袋) 的功能

(二) 包装纸 (袋) 的设计

(1) 收集商店的有关资料/ (2) 商店的广告要素和装饰要素/ (3) 商店的主体化印象/ (4) 适合消费特点/ (5) 适合立体包装特点/ (6) 适合捆扎或粘贴特点

(三) 印刷和纸质

年历设计

(一) 年历种种

(1) 以日期分/ (2) 以版面分/ (3) 以媒介分/ (4) 以发行分/ (5) 以开本分/ (6) 以内容分/ (7) 以制本分

(二) 年历的特征

(1) 实用性/ (2) 美化性/ (3) 商品性/ (4) 广告性/ (5) 知识性

(三) 年历的编排设计

(1) 观念/ (2) 编排设计/ (3) 印制

• • • • • [\(收起\)](#)

[平面广告艺术_下载链接1](#)

标签

广告

工具书

评论

[平面广告艺术_下载链接1](#)

书评

[平面广告艺术_下载链接1](#)