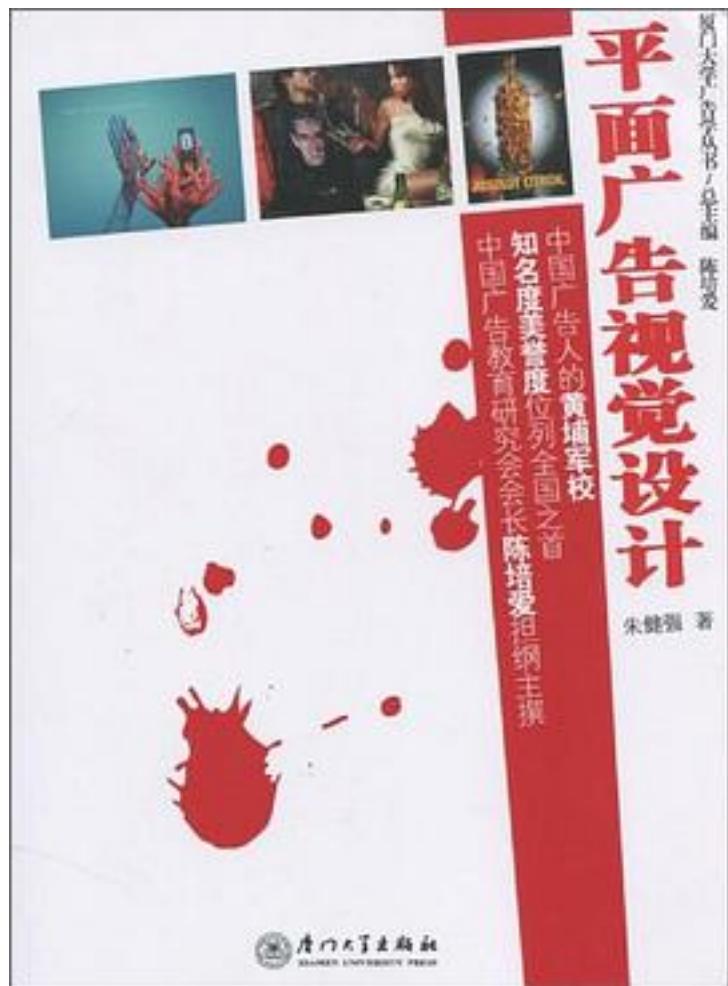


平面广告视觉设计



[平面广告视觉设计_下载链接1](#)

著者:朱健强

出版者:厦门大学出版社

出版时间:2000-7

装帧:简裝本

isbn:9787561516300

《平面广告视觉设计》是《21世纪广告丛书》系列之一。
《广告视觉语言》共分成十二个章节，其内容包括：广告视觉传播概论；广告视觉设计

的沿革；广告视觉传播的认知原理；广告视觉传播的美学原理；广告传播的视觉流程；广告视觉语言的基本要素之一——文字；广告视觉语言的基本要素之二——色彩设计；广告视觉语言的基本要素之三——图形；广告画面的编排与构成；广告创意与视觉表现；电脑广告视觉设计；平面广告媒体传播策略。

视觉形式作为广告传播的表现手段，是广告传播的主要媒介，是广告与观众进行交流和沟通的基础。广告视觉语言不同于一般的艺术语言，它是科学与艺术的综合体。《平面广告视觉设计》系统地阐述了广告视觉语言的基本要素。对广告文字、色彩设计、图形、广告画面的编排与构成、广告创意与视觉表现等知识进行了详尽的介绍。书中还以一定的篇幅介绍了电脑广告视觉设计的技术与方法，有很强的实用性和可操作性。《平面广告视觉设计》不仅是广告学专业的主干课教材，对广告从业人员也有实用价值。

作者介绍：

目录: 第一章

广告视觉传播概论 第一节 广告的视觉传播 第二节 视觉符号和要素 第三节
广告视觉语言构成要素 第四节 广告视觉传播中的五“工”要素 第二章
广告视觉设计的沿革 第一节 广告视觉设计简史 第二节 招贴广告的历史 第三节
瑞士图形艺术与包豪斯 第四节 现代艺术对广告视觉设计的影响 第三章
广告视觉传播的认知原理 第一节 广告视觉传播中的知觉原理 第二节
广告视觉传播中的注意原理 第三节
· · · · · (收起)

[平面广告视觉设计](#) [下载链接1](#)

标签

广告设计

教材

平面设计

喜欢

评论

[平面广告视觉设计 下载链接1](#)

书评

[平面广告视觉设计 下载链接1](#)