



职场无忧 IT技能实训丛书

国家“十五”规划电子工程重点选题

电脑平面 广告设计

岗位技能培训教程

三创工作室 编著



科学出版社
北京科海电子出版社

► 职场无忧 IT 技能实训丛书

电脑平面广告设计 岗位技能培训教程

三创工作室 编著

科学出版社
北京科海电子出版社

内 容 提 要

本书是“职场无忧 IT 技能实训丛书”之一。全书以“平面广告设计岗位”的实际需求为导向,将该岗位的“应知知识、应会技能、专家经验技巧和岗位能力的强化训练”有机结合起来,通过一系列精心安排的模拟岗位训练,全面指导读者快速适应平面广告设计岗位的工作。

本书首先对平面广告设计岗位进行了简要描述,然后分别介绍了 Photoshop 与 CorelDRAW 设计软件的使用,进行了广告创意、VI 设计、印刷广告设计、户外广告设计、企业宣传画册设计、海报设计、POP 广告设计等方面的训练。

全书内容全面、通俗易懂,适用于岗位培训教学和读者自学,可作为各类培训班学习电脑平面设计的教材,也可作为各级各类学校的教材,更是广告设计爱好者首选的自学读物。

图书在版编目(CIP)数据

电脑平面广告设计岗位技能培训教程/三创工作室编著.

—北京:科学出版社,2004

(职场无忧 IT 技能实训丛书)

ISBN 7-03-014589-5

I. 电… II. 三… III. 计算机应用—广告—平面设计

—技术培训—教材 IV. J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 116791 号

责任编辑:李梓龙 / 责任校对:刘秀青 王华红

责任印刷:科 海 / 封面设计:付剑飞

科 学 出 版 社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

北京市艺辉印刷有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2005 年 3 月第一版

开本:16 开

2005 年 3 月第一次印刷

印张:19.5

印数:1-5 000

字数:474 千字

定价:33.00 元(1CD)

(如有印装质量问题,我社负责调换)

丛书序

劳动就业、岗位技能培训关乎国计民生；全面提高劳动者的就业能力、创业能力和适应职业变化的能力，特别是开展新技术、新岗位的培训，这是时代的大课题。

近年来，各类求职人员特别是各级各类院校毕业生**就业技能匮乏、岗位适应能力欠缺**已是不争的事实。以计算机应用及相关专业为例，大多数毕业生毕业后主要从事面向成熟技术的应用和运作，但一些学校专业教学内容比较陈旧、课程设置不合理的问题日益突出，毕业生“**学校学的用不上，用的大多没学过；说起来似乎什么都懂，做起来什么都不会**”的现象很普遍。同时，社会各类求职人员和在岗人员也有相当部分存在“**实用技能的基本功不扎实，新工作岗位的适应周期长，技术应变能力差，新技术自学能力弱**”等通病。

在这种时代背景下，北京科海培训中心与北京科海电子出版社联手，对用户需求和多媒体视频教学需求进行充分的市场调研，提出“面向岗位，强化技能，盘书互补，学练互动”的全新教学模式，通过整合资源和利用多媒体开发技术优势，精心打造了本套“职场无忧IT技能实训丛书”。

与本丛书配套的多媒体教学光盘由北京科海电子出版社开发，作为2004年“十五”国家规划电子出版物重点选题之一，获相应工程资助。日前，我们的“职场无忧IT技能实训丛书”成功通过专家论证，再次被审定通过为2005年“国家重点音像电子出版工程”项目。

科海将选题重点聚焦在面向应用技能培训的教育市场，“职场无忧IT技能实训丛书”根据广大毕业生就业培训和转岗需要将逐步拓展新技术的各个领域，决心为社会求职者和毕业生求职提供全方位的学习培训。

读者定位

本丛书面向大专院校毕业生求职者和岗位充电者，针对岗位技能进行强化实训指导：

- 针对完成学校教育的人如何获得相关职位提供就业教育
- 为公司在职技术人员掌握新的技能或强化技能提供强化培训

丛书特色

- **模拟实际岗位进行实训：**在书中每一章都精心设计了“岗位技能特训”内容，采用实际岗位项目，模拟岗位真实背景，一切围绕“**全面了解岗位特点、学会做具体工作、快速适应具体工作**”进行。
- 把“应知知识”、“应会技能”、“专家建议”和“岗位能力的强化训练”有机结合，将产品目标定位在“为用而学、学以致用”，以一种**跨媒体**的出版形式（盘书结合的出版形式）全面指导用户从学校（或其工作岗位）到适应工作岗位到规划自己的职业生涯，并通过网站提供优质服务和交流平台。

本丛书以岗位需求为中心，突出强化实训、实用至上；在编写中严格控制难度、深度，适当拓宽视野；书内书外相结合，应知应会合二为一；职业技能、行业应用并重，基础、方法、技巧并举。

编写内容

本丛书首批推出以下分册：

- (1) 《3D家装设计岗位技能培训教程》
- (2) 《电脑平面广告设计岗位技能培训教程》
- (3) 《网页设计岗位技能培训教程》
- (4) 《硬件工程师岗位技能培训教程》
- (5) 《电脑打字员岗位技能培训教程》
- (6) 《文秘与办公自动化岗位技能培训教程》

我们还将面向以计算机为工具的普及型应用岗位，如机房维护、计算机辅助设计、建筑装潢设计、网络架设与系统管理、电子商务、信息安全、电算化、计算机自动控制、IT设备销售及服务、多媒体制作、计算机信息管理、网络营销、二维三维动画设计等岗位，陆续推出相关教材。

总之，本丛书针对目前最为大众化的IT业应用岗位，通过介绍各岗位的主要应知知识点和应会技能项，将其中各知识点和技能项融入各个章节。与传统培训教程仅介绍知识和技能的情况相比，本丛书更偏重于岗位实用技能的训练，并结合“高手”经验，突出岗位应用特点，不失时机地介绍行业应用中的一些相关背景知识，是求职者和岗位充电者的得力助手。

最后，真诚希望本套丛书能在就业职场助您一臂之力。

技术支持

如果你在学习过程中遇到什么难题，可通过以下方式与我们联系：

信息反馈邮箱：feedback@khp.com.cn

网站支持：<http://www.khp.com.cn/zcwy>

技术支持电话：010-82896445-8407/06

丛书编委会

2005年2月20日

前 言

电脑平面设计是随着计算机及信息技术的发展而出现的新型设计手段,是以电脑作为工具,利用不同的计算机设备和软件辅助来完成的平面设计工作。利用电脑可以方便地录入文字,并可通过扫描仪将图形或照片保存为电子文件,修整图形或图像的制作效果,然后进行图文混排,打印输出黑白或彩色样稿。与传统的平面设计方式相比,电脑平面设计的操作更加方便快捷,修改也变得更加容易,更重要的是:利用电脑强大的图文生成和编辑处理功能,设计者可以更加容易地将创意、设计和制作融为一体。电脑平面设计也因此而成为一个十分热门的岗位。

本书主要围绕平面设计软件的应用和平面广告设计制作两个方面的内容展开岗位技能实训。本书配一张多媒体教学光盘,光盘中包括各实训案例中的所有素材,以帮助大家更好地掌握所学知识技能。

平面设计软件的应用

熟练使用平面设计软件是平面广告设计师的基本功。目前,用于电脑平面设计的软件很多,常见的有Photoshop、Illustrator、CorelDRAW、FreeHand、PageMaker、Painter、PhotoImpact等。本书选择了业界最流行,且位图处理和矢量图形绘制功能互补的两大软件——Photoshop和CorelDRAW,介绍了这两款优秀设计软件的基本工具和主要功能,并着重通过实例进行软件操作的强化实训。

平面广告设计制作

当今世界,平面广告无处不在,无孔不入。平面广告已从简单的商品信息传递,发展成为包容大量信息的一种文化和产业。特别是电子技术的发展和电子计算机的推广,极大地丰富了平面广告的表现形式和内容,使广告呈现出五彩缤纷的色彩。一幅优秀的平面广告往往流露出对客户企业文化、市场形象和产品风格的深刻理解,使各层次的消费者都能从作品中领悟到设计者要传达的企业文化、美学思想和哲学思维,完成客户与消费者之间一种多层次、高品位和全方位的沟通。

除基本训练外，本书还专门安排了6章内容，分别对VI（视觉识别系统）、印刷广告、户外广告、企业宣传画册、企业宣传海报、POP广告等最常见形式的平面设计和制作进行了集中强化训练。各章均采用了“应知常识点拨+岗位技能指导+设计制作技巧+设计制作特训”的结构，先对广告基础知识进行点拨，再对岗位实际设计制作技能进行详细指导，然后提供相应的专家经验技巧，最后进行有针对性的设计制作实训。

本书由三创工作室组织编写并审定，编写者包括刘小伟、周锦智、彭钢、刘飞、王晓霞、李才有等。

由于编者水平有限，书中疏漏和不妥之处在所难免，欢迎广大读者和同行批评指正。

编者

2005年2月

目 录

第1章 走近平面广告设计岗位	1
1.1 了解广告公司	2
1.1.1 广告公司构成.....	2
1.1.2 平面广告设计制作流程.....	4
1.2 平面广告设计岗位描述.....	8
1.2.1 平面广告设计岗位的具体工作	8
1.2.2 平面广告设计人员的基本要求	9
1.2.3 平面广告设计制作中常用的术语	11
1.3 平面广告设计岗位要求.....	14
1.3.1 岗位知识要求.....	14
1.3.2 岗位技能要求.....	15
1.4 平面广告设计岗位应聘技巧.....	17
习题	19
第2章 平面广告设计创意训练	20
2.1 广告创意基础	21
2.1.1 平面广告的基本要素	21
2.1.2 平面广告的构思与表现的要领	23
2.1.3 广告创意基础.....	25
2.1.4 广告创意策略.....	26
2.2 广告创意的常用手法.....	26
2.3 平面广告的构图和色彩.....	33
2.3.1 构图形式美法则	33
2.3.2 广告色彩.....	41
2.4 广告创意思维特训	47
习题	50
第3章 平面设计软件应用技能强化训练	51
3.1 中文版Photoshop CS图像处理训练	52
3.1.1 Photoshop CS的主要工具应用基础.....	52
3.1.2 Photoshop CS图像处理功能应用基础.....	61
3.1.3 Photoshop图像处理实训指导	68
3.2 CorelDRAW 12图形绘制训练.....	76
3.2.1 CorelDRAW 12对象绘制基础	76

3.2.2 CorelDRAW 12对象编辑基础	79
3.2.3 CorelDRAW 12对象颜色填充基础	82
3.2.4 CorelDRAW 12对象组织基础	87
3.2.5 CorelDRAW图形绘制实训指导	92
3.3 平面设计软件使用技巧	103
3.4 平面设计软件应用技能特训	105
习题	108
第4章 VI设计制作训练	109
4.1 应知常识点拨	110
4.1.1 VI设计基础	110
4.1.2 VI创意设计的一般方法	112
4.2 岗位技能指导	115
4.2.1 VI基本要素的制作	116
4.2.2 VI应用要素的制作	124
4.3 VI设计制作技巧	137
4.4 VI设计制作特训	138
习题	139
第5章 印刷广告设计制作训练	140
5.1 应知常识点拨	141
5.1.1 DM广告基础	141
5.1.2 报纸广告基础	143
5.1.3 杂志广告基础	144
5.2 岗位技能指导	146
5.2.1 报纸广告设计和制作示例	146
5.2.2 杂志广告设计和制作示例	155
5.2.3 传单广告设计和制作示例	166
5.3 印刷广告设计制作技巧	178
5.4 印刷广告设计制作特训	181
习题	182
第6章 户外广告设计制作训练	183
6.1 应知常识点拨	184
6.1.1 户外广告基础	184
6.1.2 户外广告创意设计的一般方法	188
6.2 岗位技能指导	190
6.2.1 路牌广告设计和制作示例	190
6.2.2 灯箱广告的设计和制作	197
6.2.3 单立柱广告的设计和制作	203

6.2.4 墙体广告的设计和制作	212
6.2.5 楼体广告的设计和制作	215
6.2.6 霓虹灯广告牌的设计和制作	218
6.3 户外广告设计制作技巧	223
6.3.1 设计技巧	223
6.3.2 制作技巧	224
6.4 户外广告设计制作特训	225
习题	226
第7章 企业宣传画册设计制作训练	227
7.1 应知常识点拨	228
7.1.1 企业宣传画册基础	228
7.1.2 企业宣传画册创意设计要点	229
7.2 岗位技能指导	230
7.2.1 设计构思	231
7.2.2 企业宣传画册封面、封底的设计和制作	232
7.2.3 企业宣传画册内页的设计和制作	233
7.3 企业宣传画册设计制作技巧	246
7.3.1 设计技巧	246
7.3.2 制作技巧	247
7.4 企业宣传画册设计制作特训	248
习题	249
第8章 海报设计制作训练	250
8.1 应知常识点拨	251
8.1.1 海报设计基础	251
8.1.2 海报创意设计的一般方法	253
8.2 岗位技能指导	253
8.2.1 会展海报的设计和制作	253
8.2.2 商品宣传海报设计和制作	260
8.2.3 企业形象海报设计和制作	269
8.3 海报设计制作技巧	272
8.3.1 设计技巧	272
8.3.2 制作技巧	272
8.4 海报设计制作特训	274
习题	275
第9章 POP广告设计制作训练	276
9.1 应知常识点拨	277
9.1.1 POP广告设计基础	277

9.1.2 POP广告创意设计的一般方法.....	279
9.2 岗位技能指导	281
9.2.1 POP海报的设计和制作.....	281
9.2.2 地面立式POP的设计和制作.....	283
9.2.3 商品展示卡的设计和制作	285
9.2.4 商品价目卡的设计和制作	289
9.2.5 专卖店招牌的设计和制作	294
9.3 POP广告设计制作技巧	299
9.4 POP广告设计制作特训	300
习题	302

第1章 走近平面广告设计岗位

设计一词源于英语Design。设计是一种构思与计划,以及把这种构思与计划通过一定手段使之视觉化的形象创作过程。在设计领域中,平面广告设计是应用面最广的行业之一。平面广告设计人员工作环境良好、待遇丰厚,是都市中一种时尚的职业。本章主要描述平面广告设计岗位的相关情况,以便让读者更好地了解广告公司的运作情况,认识平面广告设计岗位的工作性质、工作特点和平面广告设计制作惯例,从宏观上了解平面广告设计岗位的知识需求和技能需求,并设身处地向读者介绍一些平面广告设计岗位的应聘技巧。

本章导读

我的理想是做一名广告设计师,但我有不少疑问。

广告公司是怎样运作的?

广告设计师需要做哪些工作?

?

如何才能成为一名设计师?

广告设计

怎样应聘平面广告设计岗位?

本章安排了以下内容:

- ※ **认识广告公司**——介绍广告公司的构成和运作情况。
- ※ **岗位描述**——介绍平面广告设计岗位的具体工作、平面广告创作人员的基本要求、平面广告设计制作中常用的术语。
- ※ **岗位要求**——介绍平面广告设计岗位的知识需求和技能需求。
- ※ **岗位应聘技巧**——简要总结应聘平面广告设计岗位的技巧。



1.1 了解广告公司

广告公司是对平面广告设计人员需求最为集中的企业,在认识平面广告设计岗位之前,有必要对广告公司的运作情况有所了解。

1.1.1 广告公司构成

广告公司(也称广告代理公司)是专门从事广告经营、制作的商业服务性企业,一般包括全面服务性广告公司、有限服务性广告公司、广告代理商和广告制作机构。

1. 专业广告公司的分类

专业广告公司按其功能可分为4类:全面服务性广告公司、有限服务性广告公司、广告代理商和广告制作机构。

全面服务性广告公司

这种广告公司为客户提供全方位的服务,包括产品研究、市场调查与预测、产品销售分析、媒介分析、广告计划的广告策略拟定、广告的设计与制作、制定预算、广告效果预测、信息反馈处理、公关服务等。

有限服务性广告公司

有限服务性广告公司只承担广告活动中的部分工作,如有的广告公司只负责承担广告的设计、制作和发布,不承担或只承担简单的广告策划与广告调查。这类公司只能帮助企业广告部门解决某些特殊需要。

广告代理商

广告代理商也是专业广告组织的组成部分之一,即通常所说的广告经纪人。他们本身不承担广告的设计和制作任务,只承担广告主与广告媒介之间的联系工作,负责为广告主寻找广告媒介,或为广告媒介寻找广告主,从中收取佣金。

广告制作机构

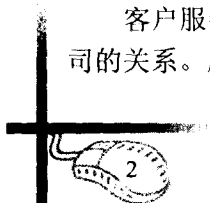
这类机构只负责广告的设计和制作,而不负责广告的策划和发布,只收取制作费用。一般是一些美术社、摄影社、装潢社等。

2. 专业广告公司的机构设置

专业广告公司的机构一般根据业务的不同需要而有不同的设置,但总的来说,其基本模式是一致的。专业广告公司的机构设置一般分为客户服务部、创意策划部、设计制作部、媒介执行部、活动展示部、网络互动部和广告调研部等部门,每个部门都有特定的工作范围与专业要求。

客户服务部

客户服务部是直接与客户发生接触的专职部门,负责接洽客户,协调广告主与广告公司的关系。广告公司的每一位客户都首先由客户服务部作初步接触,由客户服务部提供有





关资料,如产品介绍、市场情况、广告费用预算及市场计划等。客户服务部在对这些资料加以整理后,便会同其他有关部门制定出初步的广告计划方案,订下工作日程,由各部门执行。



提示:在广告活动进行过程中,客户服务部还负责与广告客户的联络和信息反馈,负责对广告的设计、创作和实施过程进行监督。因此,客户服务部的工作人员都扮演着双重角色——对外代表广告公司,对内则代表客户的利益。在广告公司内,客户服务部往往还承担着公司的协调公共关系任务。

创意策划部

创意策划部主要协同客户进行CIS(企业形象识别系统)设计、品牌整合传播、营销活动策划等工作,其中包括:整体广告运作策划、广告活动策略制定和专项促销活动企划等,并按照客户的需求为其提供市场调查、研究分析报告。



提示:创意策划部还负责平面广告创意、影视创意等一系列工作。成功的策划来源于多重方法相结合的有机整体,以将信息传达到目标客户。通过战略策划、概念形成和组织实施,创造一个可视系统,将客户最有价值的信息通过各种传媒发送给顾客群体,让客户的价值从众多的竞争对手中脱颖而出。

设计制作部

设计制作部主要负责平面广告的设计制作、POP(购买点广告)的设计制作、VI(视觉识别)设计和应用,以及各种画册、包装袋、产品包装等印刷品的设计和制作。再优秀的策划方案,如果不能很好地通过设计效果来传达其精髓,都是有缺憾的。因此,设计制作岗位是广告公司的重要岗位,他们除了呈现视觉美观的创意作品外,更看重作品的内涵,强调作品与目标受众的沟通。本书将主要进行设计制作岗位的技能训练。



提示:创意作品是以人性为基础的,设计制作人员应该凭借娴熟的专业设计能力、丰富的创作灵感,不断挖掘广告作品精髓,利用各种表现手法以实现心灵的共鸣,让整体策划方案锦上添花。

媒介执行部

媒介执行部负责制定广告的媒介策略、选择广告媒介,并负责和有关媒介部门接洽联络。该部门主要根据客户的不同需求,为客户提供媒介计划和媒介购买服务。媒介计划主要根据客户广告策略的要求提供科学、严谨、全面的媒体实施方案、排期发布等传播计划。媒介购买则以主要商业中心为媒体构架核心点,与众多的媒体长期保持良好的合作关系,为客户提供最及时、优惠的媒体购买服务。



活动展示部

活动展示部主要承担大型的产品展示活动和品牌文化活动，其中包括POP的制作和发布、展台展板的设计、公关营销活动、企业文化商业演出和全国性的产品推广展示活动等。

网络互动部

网络互动部负责为客户量身订做网络广告方案，最大限度地发挥特性，与传统媒体整合互动，力求达成最高营销目标。

广告调研部

广告调研部的工作任务是按照广告活动的要求，开展目标市场调查，为广告主和广告公司制定广告计划，提供有关的市场环境和市场潜力的背景资料，并就有关市场问题提供咨询意见和建议，为广告决策以及广告主的市场决策提供客观依据。

此外，除业务部门外，广告公司一般还有财务、后勤等管理部门和后勤支援部门等。

1.1.2 平面广告设计制作流程

平面广告设计的过程是有计划、有步骤的不断完善的过程，设计的成功与否很大程度上取决于理念是否准确，考虑是否完备。比较完整的平面广告的设计过程如图1-1所示。

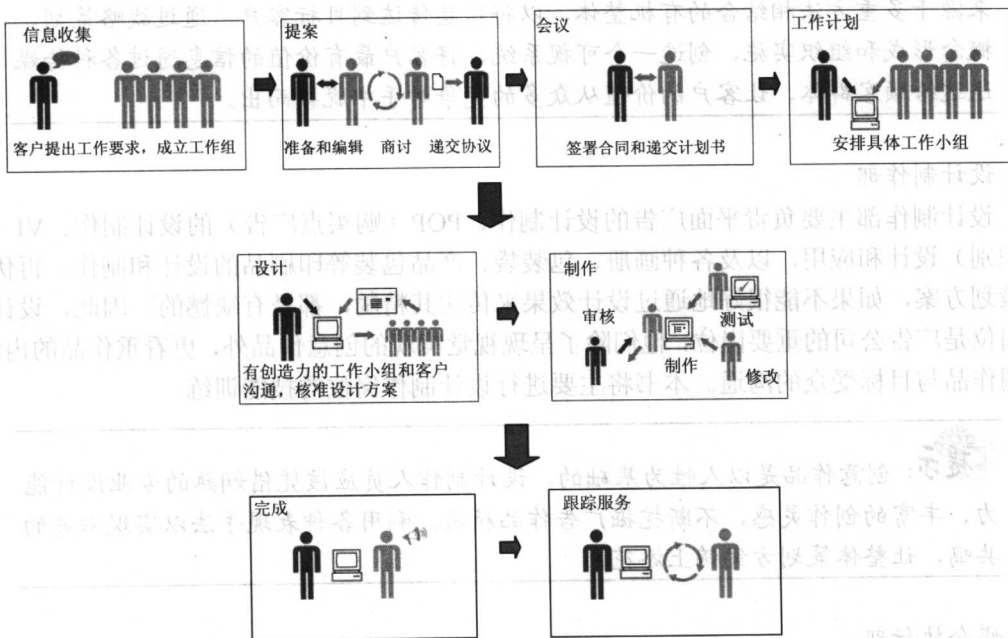


图 1-1 平面广告设计的流程

从图1-1中可以看出，广告设计是一个系统工程，是一个由广告公司各部门和客户协同的工程项目。广告公司在接手一个广告项目后，首先需要按照一定程序，有计划、有步骤地进行策划，然后交由设计制作部门。

1. 广告策划阶段

广告策划是根据广告主的营销计划和广告目标，在广告调查的基础上，制定出一个与



市场情况、产品情况、消费者群体相适应的经济有效的广告企划方案,并予以实施及检验,从而为广告主的整体经营提供全面服务的活动。广告策划是一项复杂的系统工程,是一个动态的活动,它要完成一系列的决策,包括将广告目标具体化、数量化,确定广告对象、广告战略、广告策略、广告主题、广告媒体选择、广告评估、广告费用预算等。

广告策划是对整个广告活动的全面策划,内容策划很广泛,包括广告目标、广告对象、广告媒体、广告时机、广告空间、广告创意、广告策略等。广告策划阶段的主要工作内容有以下几方面。

信息收集

在着手策划广告时,首先要对环境进行分析,明确广告要求。由于广告环境对广告活动有着直接的或间接的制约和导向作用,所以首先应对它进行深入细致的分析研究,掌握系统的企业内部资料和企业外部资料,并明确企业整体营销对广告提出的要求,以摆正产品在市场上的位置。



提示:必须对广告产品或劳务进行深入地了解和研究,目的在于掌握住产品的个性。这样就明确了该产品做广告的必要程序以及该怎样做广告。

确定广告目标

不同的企业在不同的时期,由于广告任务不同,具体的广告目标也不同,所以在汇总广告环境和广告产品的有关情况的基础上,由企业的最高决策层会同营销部门负责人一起确立广告目标。

确立广告主题与创意

广告主题是广告所要表达的中心思想;广告创意是在广告策划全过程中确立和表达广告主题的创意性思维活动。所以应对广告产品和广告目标进行全面的考虑,通过一定的方法,提炼出广告主题。

选择广告策略

为了将广告主题和广告创意付诸实施,并取得理想的广告效果,必须对各种媒体、表现方式、地区情况、发布时机等进行多方面的研究,从而选择最合适的广告媒体、广告方式、广告的范围及合适的广告时机,以更好地实现广告目标。

确定广告预算

广告预算的确定是广告目标确定之后更为重要的实际工作。它要求广告部门与企业营销部门、财务部门一起确定广告预算总投资,进而对广告费进行具体的预算分配。

广告决策

在各个环节分析确定后,从总体上进行广告决策,选择最佳的组合方案,从而制定广告策划书,确定广告活动实施的步骤、方法。

2. 设计制作阶段

平面广告设计制作有时十分简单,只需将一幅图像裁剪为合适的尺寸,或者在一幅图





像上叠加文字等；有时却很复杂，需要逐一手工制作多个图像素材，然后再将它们剪接、合并到一幅图像中，并进行色调、色彩调整。

平面广告设计制作的基本流程如图1-2所示。

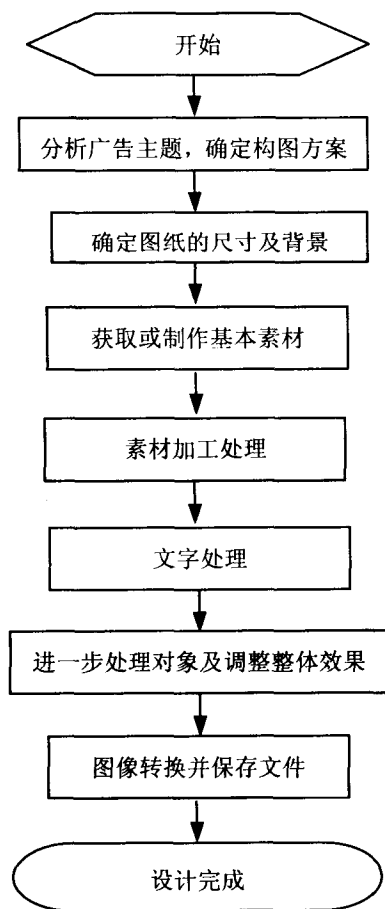


图1-2 平面广告设计制作的基本流程

分析图像主题，确定构图方案

任何图像的设计和处理都应该围绕主题来进行，所以必须首先确定设计和制作的主题和目标，并进行初步的构图和色彩设计，确定基本构图形式和方案。

确定图纸的尺寸及背景

根据设计目标，确定图像的图纸大小，也为以后各个对象确定一个可比较的基准。这一步如果是建立一幅新图，则应选择真彩色/灰度模式；也可以根据基本图像素材重采样或裁剪、放大到合适的尺寸。

获取基本的数字图像素材

这一步是输入待处理的图像素材。数字图像的来源可直接从磁盘、光盘上拷贝；也可通过视频卡从视频图像中采集；如果原图是照片或印刷图片，则需用扫描仪输入。根据需