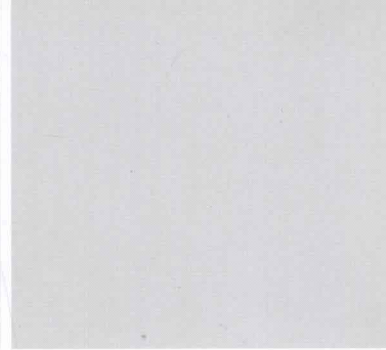
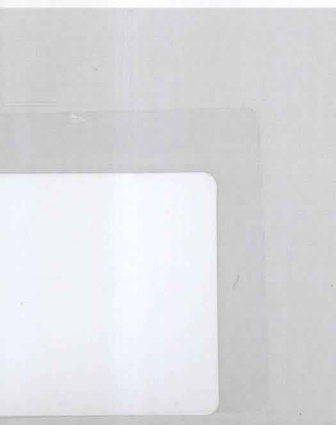
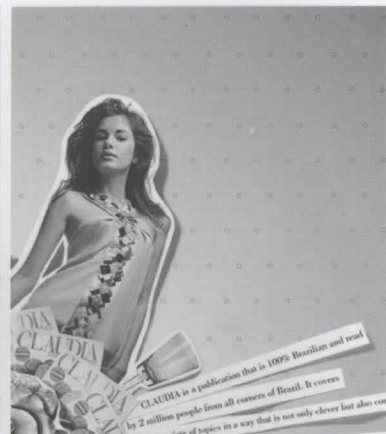
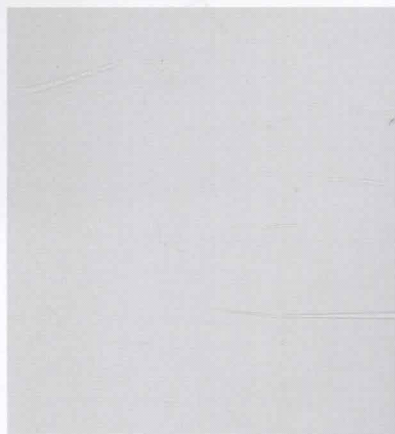
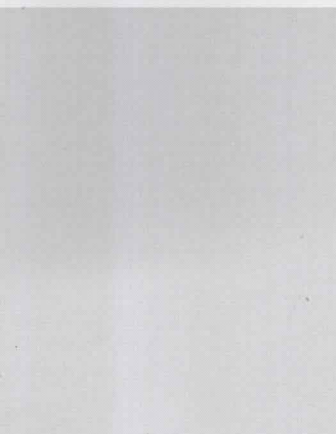
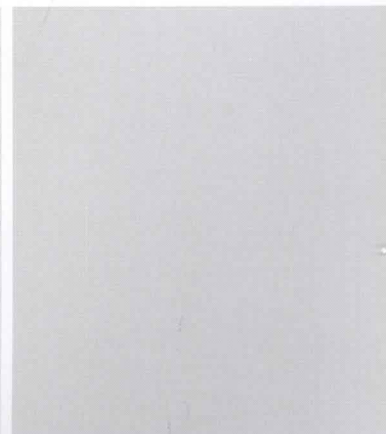
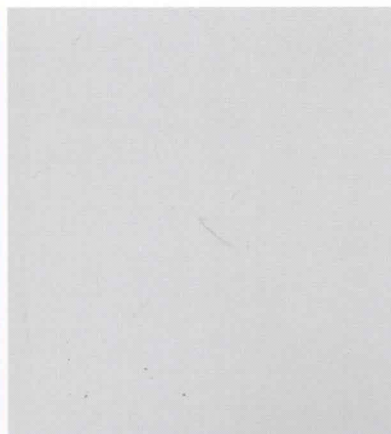




高等职业教育艺术设计类专业规划教材
广告设计与制作、视觉传达艺术设计专业

平面广告设计

PINGMIAN GUANGGAO SHEJI / 赵国祥 主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



高等职业教育艺术设计类专业规划教材
(广告设计与制作、视觉传达艺术设计专业)

平面广告设计

主 编 赵国祥

副主编 周晓黎 余娜莉

参 编 陈 焕 薄立伟 张勇正 杜贺敏

邱慧灵 李 晨 池海青 陈旭然

主 审 刘境奇 田建国



机械工业出版社

本书从认识广告设计师岗位及平面广告开始,从整体上介绍了平面广告的设计原理,使学生对平面广告设计岗位及设计方法有个整体认识。然后以媒体形式设置了五个平面广告设计项目,分别是报纸广告设计、杂志广告设计、商业海报设计、POP 广告设计及固定形式印刷品广告设计。每个学习情境的内容重点突出实务操作的过程,并将理论知识穿插在每个操作步骤中,实现了在做中学、在学中做。

本书可作为高职、高专广告设计与制作及视觉传达专业的教材,也可作为本科院校、函授和自学辅导用书,或供相关专业人员学习参考之用。

为方便教学,本书配有电子课件,凡使用本书作为教材的教师可登录机械工业出版社教材服务网 www.cmpedu.com 注册下载。咨询邮箱: cmpgaozhi@sina.com。咨询电话: 010-88379375。

图书在版编目(CIP)数据

平面广告设计/赵国祥主编. —北京:机械工业出版社, 2012.6

高等职业教育艺术设计类专业规划教材(广告设计与制作、视觉传达艺术设计专业)

ISBN 978-7-111-38092-4

I. ①平… II. ①赵… III. ①广告—平面设计—高等职业教育—教材 IV. ①J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 074846 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑:覃密道 责任编辑:覃密道 郑 佩

版式设计:石 冉 责任校对:卢惠英

封面设计:鞠 杨 责任印制:乔 宇

北京画中画印刷有限公司印刷

2012 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

210mm×285mm·9 印张·222 千字

0 001—3000 册

标准书号:ISBN 978-7-111-38092-4

定价:48.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066

门户网:<http://www.cmpbook.com>

销售一部:(010) 68326294

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售二部:(010) 88379649

读者购书热线:(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

前言

职业教育的培养目标是促进综合职业能力的发展,其内容和方式随着技术、经济、社会 and 劳动生产组织方式的变化不断地发生着变化。职业教育课程的本质特征是工学结合,即“学习的内容是工作,通过工作实现学习”。在学习的过程中,方法能力和社会能力中的很多内容属于情感类的教学目标,无法通过传统的学科体系化课程和传授教学来实现。为了让学生获得“与情境相关的、以实践为导向的明确的工作过程”,对其实施基于工作过程的课程。不是简单地将原有的学科教学内容重新排序和重构,而是将经验型知识融入工作过程的教材当中,因为学科知识无论如何也重构不出经验型知识。为了更好地满足现代企业对艺术设计人才的要求,教材的改革首先要体现在教学模式改革上,树立“以学生为中心”的理念,探索建立校企合作、商学结合、教学做合一等富有职业教育特色的模式。同时,要与企业深度合作,联手再造以理论教学为支撑、以实训为主体的全新的高技能人才培养过程,实现在做中学,使学生在设计中学设计,真正做到教、学、做合一。

本书在编写之初,团队成员走访了各种规模的广告企业,最终我们与河北邮电广告公司、保定蓝象广告有限公司合作开发本教材。本书以广告设计专业人员在实务操作中的操作流程为线索,以创意设计理论为基础,以项目为导向,并结合教学实际,用一个项目贯穿一个学习情境,重点体现实务操作及课堂组织过程。

本书首先从认识广告设计师岗位及平面广告开始,然后从整体上介绍了平面广告的设计原理,使学生从总体上对平面广告设计岗位及设计方法有个整体认识。然后以媒体形式设置了五个平面广告设计项目,分别是:报纸广告设计、杂志广告设计、商业海报设计、POP 广告设计、固定形式印刷品广告设计。每个学习情境的内容重点突出实务操作的过程,理论知识穿插在每个操作步骤中,实现了在做中学、在学中做。

本书在编写过程中得到了兄弟院校及企业的大力支持,学习情境一由保定职业技术学院薄立伟编写,学习情境二由保定职业技术学院周晓黎、丽水职业技术学院邱慧灵以及天津城市职业技术学院李晨共同编写,学习情境三由保定职业技术学院赵国祥、电力职业技术学院杜贺敏、保定蓝象广告有限公司陈旭然总经理以及保定同人广告有限公司池海青经理共同编写,学习情境四由河北工程大学陈焕编写,学习情境五由邯郸职业技术学院余娜莉编写,学习情境六由保定职业技术学院薄立伟、周晓黎共同编写,学习情境七由河北传媒学院张勇正编写,全书由赵国祥负责最终统稿及定稿工作。保定蓝象广告有限公司、保定同人广告有限公司为本书提供了丰富的案例,广东轻工职业技术学院艺术设计学院刘境奇教授、保定职业技术学院传播技术系田建国主任对全书进行了审读,并提出了宝贵的指导意见,在此一并表示衷心的感谢。

由于编者水平、时间所限,书中难免有不足之处,敬请专家、读者不吝指正。

编者

目 录

前言

学习情境一 认识平面广告	1
1.1 认识平面设计岗位	1
1.2 平面广告及其发展历程	6
学习情境二 平面广告设计原理	9
2.1 平面广告的构成要素	9
2.1.1 平面广告的构成要素——图形	9
2.1.2 平面广告的构成要素——文字	19
2.1.3 平面广告的构成要素——色彩	27
2.2 平面广告的视觉流程	32
2.2.1 视觉流程设计原则	33
2.2.2 视觉流程设计方法	34
2.3 平面广告的版面编排	35
2.3.1 广告版面的编排原则	35
2.3.2 广告版面的编排类型	38
学习情境三 报纸广告设计	42
3.1 设计项目任务分析	42
3.1.1 项目实施方案	43
3.1.2 人员分工及项目进度	44
3.1.3 其他注意事项	44
3.2 设计项目资讯	44
3.2.1 报纸广告资讯	44
3.2.2 项目资讯	48
3.3 项目广告创意	49
3.3.1 头脑风暴会议	49
3.3.2 创意思维导图	51
3.3.3 产生创意	52
3.4 项目构思及草图设计	52
3.4.1 项目构思	52
3.4.2 项目草图设计	53
3.5 设计项目表现	55
3.5.1 项目素材收集	55
3.5.2 素材处理	55

3.5.3 设计项目版式设计	56
3.6 设计项目执行	58
3.6.1 提案说明	58
3.6.2 作品输出前准备	58
3.7 成果评价及团队总结	61
学习情境四 杂志广告设计	63
4.1 设计项目任务分析	63
4.1.1 项目阶段实施方案	63
4.1.2 人员分工及项目进度	64
4.1.3 其他注意事项	64
4.2 设计项目资讯	64
4.2.1 杂志广告资讯	65
4.2.2 产品项目资讯	71
4.3 项目整体构思与文案表现	71
4.3.1 项目整体构思	71
4.3.2 项目广告文案表现	72
4.4 项目草图设计及表现	73
4.5 设计项目表现	76
4.5.1 项目素材收集	76
4.5.2 项目版式设计	76
4.6 设计项目执行	78
4.6.1 提案说明	78
4.6.2 作品输出前准备	78
4.7 成果评价及团队总结	79
学习情境五 商业海报设计	81
5.1 设计项目任务分析	81
5.1.1 项目阶段实施方案	82
5.1.2 讨论人员分工及项目进度	82
5.1.3 其他注意事项	83
5.2 设计项目资讯	83
5.2.1 商业海报资讯	83
5.2.2 产品项目资讯	91
5.3 项目广告创意	92
5.3.1 创意过程	92
5.3.2 创意思维导图	93
5.3.3 产生创意	93
5.4 项目构思及草图设计	94

5.4.1 项目构思	94
5.4.2 项目草图设计	97
5.5 设计项目表现	97
5.5.1 项目素材收集	97
5.5.2 素材处理	98
5.6 设计项目执行	98
5.6.1 提案说明	98
5.6.2 作品输出前准备	98
5.7 成果评价及团队总结	100
学习情境六 POP 广告设计	102
6.1 设计项目任务分析	102
6.1.1 项目阶段实施方案	102
6.1.2 人员分工及项目进度	103
6.1.3 其他注意事项	103
6.2 设计项目资讯	103
6.2.1 POP 广告资讯	104
6.2.2 设计项目操作基础	105
6.2.3 项目资讯	110
6.3 项目构思及草图设计	110
6.3.1 项目构思	110
6.3.2 项目草图设计	110
6.3.3 项目草图上色	113
6.3.4 项目设计方案确定	114
6.4 项目设计表现	114
6.4.1 项目材料收集	114
6.4.2 项目制作程序	114
6.5 设计项目总结	116
学习情境七 固定形式印刷品广告设计	118
7.1 任务分析	118
7.2 项目资讯	119
7.2.1 项目背景	119
7.2.2 固定形式印刷品广告基础知识	119
7.3 项目创意构思	120
7.3.1 栏目设定	120
7.3.2 广告特色	120
7.3.3 招商礼仪注意事项	121
7.3.4 招商业务流程	121

7.4 项目设计表现	123
7.4.1 项目素材收集	123
7.4.2 素材处理	123
7.4.3 刊物版式设计	123
7.4.4 刊物广告设计	127
7.5 项目设计执行	129
7.5.1 提案说明	129
7.5.2 内容校对	129
7.5.3 印前校正	130
7.5.4 菲林片	130
7.5.5 刊物印刷	130
7.5.6 刊物发放	130
7.6 成果评价及团队总结	132
参考文献	134

学习情境一 认识平面广告

学习目标

1. 掌握广告设计师的级别和岗位工作任务。
2. 了解平面广告的定义。
3. 了解平面广告发展简史。
4. 初步掌握广告公司创意设计部的工作流程。
5. 逐步培养与人合作的团队意识，通过对广告设计师岗位能力的分析，树立就业意识。

1.1 认识平面设计岗位

广告公司一般包括客户服务部、创意设计部、媒介计划部等业务部门，有的公司还包含影视广告部和市场调研部。而创意设计部又包含设计师和文案两个岗位类别。广告公司中从事平面广告设计工作的岗位是广告设计师，其英文是 Designer，他们负责广告的创意和表现。

1. 平面广告设计岗位工作性质与工作任务

(1) 创意总监。创意总监是广告公司创意设计部门的主管，负责各项业务的创意与创意执行工作。创意总监的主要工作可以分为以下几个方面：

- 1) 制定各项业务的创意方向、形式风格大纲。
- 2) 负责文案人员的工作分派。
- 3) 负责制订与审核创意工作的时间推进计划。
- 4) 负责对创意工作执行的重点进行提示与要求。
- 5) 负责组织召开各项业务创意会。
- 6) 负责组织和参加客户重要的业务、创意与策划提案会。
- 7) 参与内部各项业务重要的策划、业务会。
- 8) 负责各项业务创意执行的跟踪指导工作。
- 9) 负责各项业务（客户）创意资料的管理。

(2) 美术指导。美术指导是创意设计活动的中心人物，他在创意总监的指导下负责指导创意表现的工作。美术指导的主要工作可以分为以下几个方面：

- 1) 负责广告视觉上的一切表现。
- 2) 和文案一起完成创意表现的概念。
- 3) 负责作品提案工作。
- 4) 与客户沟通市场策略。

5) 负责管理广告设计师的工作。

(3) 广告设计师。广告设计师是广告公司的核心岗位之一。有人戏言, 有一个广告设计师和一个广告业务员就可以开广告公司。虽然这种说法有些夸张, 但也从一个侧面说明了广告设计师岗位的重要性。

1) 主要负责广告的设计表现。

2) 分析策划部、客户部提供的基础设计创意资料。

3) 依照广告计划的要求, 配合消费者的心态, 完成创意设计方案。

4) 参加各项业务内部创意、设计讨论会。

5) 参加重要业务的策划、创意与设计提案会。

6) 完成美术指导布置的其他工作任务, 同时负责本部门设计助理的培养和管理。

(4) 美工。美工负责广告作品最终输出前的正稿制作, 在设计师的指导下负责作品的制作、修改、调整, 协助设计师完成有关视觉的工作。

1) 协助设计师、设计总监完成创意设计方案。

2) 完成设计师、设计总监布置的各项工作任务。

3) 参与各项业务内部创意、设计讨论会, 并负责与设计相关的会议记录。

4) 收集并整理优秀设计作品信息。

(5) 文案。文案在广告公司中主要负责与广告创意有关的文字撰写, 包括广告语、广告软文、策划书等。

1) 对具体业务策略的执行进行了解与跟踪。

2) 负责业务方案中创意文字的撰写。

3) 参与内部各项业务的策划、创意会。

4) 参加重要客户的业务讨论、策划与创意提案会。

5) 负责公司内部及与客户召开的各个创意会议的(文字)记录。

6) 负责对提案和输出的文字及设计完成稿校对签字。

7) 负责对各项业务(客户)文案资料的管理。

2. 平面广告设计岗位能力

根据招聘信息所描述的平面广告设计师的职位要求, 我们可以归纳出广告公司对平面广告设计师的岗位能力要求。

招聘信息一: 平面设计

- 招聘单位: 北京×××国际文化传媒有限公司
- 公司行业: 媒体/出版/影视/文化/艺术
- 广告/会展公司类型: 民营
- 公司规模: 100~499人
- 职位类别: 美术/设计/创意 市场/市场拓展/公关
- 工作地点: 北京
- 发布日期: 2009年10月7日
- 工作经验: 1~3年
- 最低学历: 大专
- 管理经验: 否
- 工作性质: 全职
- 招聘人数: 若干

- 职位月薪：2000～5000 元/月

- 职位要求：

- 1) 广告设计专业，专科及以上学历。
- 2) 熟练掌握 Photoshop、CorelDRAW、3DMAX、Adobe Illustrator 等软件。
- 3) 2 年优秀广告、文化传媒公司或其他企业设计工作经验。
- 4) 在创意、视觉上不断突破与完善，确保高标准的创意作品。
- 5) 有 2 年以上企业品牌形象设计工作者优先。
- 6) 请担心你的能力，而不要担心我们的待遇。

注：应聘者需携带素描、色彩、设计等相关作品。

招聘信息二：平面设计师

- 招聘单位：河北×××珠宝首饰有限公司

- 公司类型：民营

- 公司规模：100～499 人

- 职位类别：美术/设计/创意

- 工作地点：石家庄

- 发布日期：2010 年 8 月 14 日

- 工作经验：1～3 年

- 最低学历：大专

- 管理经验：否

- 工作性质：全职

- 招聘人数：1 人

- 职位描述/要求：

(1) 岗位描述

- 1) 根据要求进行宣传网页、项目海报以及 X 展架等宣传物料的设计。
- 2) 协助设计主管进行平面、动画制作类的相关标准制定以及流程的制定及创新工作。
- 3) 负责公司 CI、产品包装、广告宣传等的美术设计制作。
- 4) 其他相关平面设计方面的工作。

(2) 相关要求

- 1) 熟练操作 CorelDRAW/Photoshop 等平面设计相关软件。
- 2) 能够根据设计要求配合执行平面制作工作。
- 3) 具有较强的理解能力、领悟能力、工作协调能力和创造力、团队协作能力。
- 4) 美术、平面设计、艺术设计专业专科以上学历，1 年以上相关工作经验。

招聘信息三：平面设计师

- 招聘单位：上海×××文化传播有限公司

- 公司行业：广告

- 公司性质：民营企业

- 公司规模：少于 50 人

- 发布日期：2010 年 08 月 13 日

- 工作地点：上海静安区

- 招聘人数：若干

- 工作年限：2年以上
- 语言要求：英语良好
- 学 历：大专
- 职位要求：

1) 全职，2年以上专业广告公司创意部工作资历，有良好的美术基础，创意佳，画面表现力强。

2) 能熟练应用 Photoshop、Illustrator、Indesign 等设计软件进行海报创作和排版。

3) 对设计有自己独到的理解，能独立完成设计任务，沟通能力强，能理解客户需求，发挥自己的专业优势。

4) 应聘者请将相关证明及个人简历发至公司邮箱，非美术专业毕业勿扰，软件操作优秀者待遇从优。

招聘信息四：平面设计师

- 招聘单位：上海×××广告有限公司
- 公司行业：广告
- 公司性质：民营企业
- 公司规模：少于50人
- 发布日期：2010年08月14日
- 工作地点：上海闸北区
- 招聘人数：2
- 工作年限：3年以上
- 学 历：大专以上
- 职位描述：

1) 参与公司内部和外部客户设计提案；参与创意策略的研讨和制定；根据广告创意内容，进行文字、色彩、图片、图案的选择编排和版式设计。

2) 在需要的情况下配合业务部门完成客户专访。主要的设计项目为：标志设计、企业形象设计、企业画册、宣传手册、网页设计、版式设计等。

● 任职资格：

1) 3年以上平面设计工作经验，精通各种设计软件，具有活跃的思维和创意头脑；能独立完成设计任务，了解后期印刷工艺流程。

2) 熟知平面设计运作流程，具备丰富的想象力及创新能力，具有平面广告创意能力，综合设计能力强。

3) 具备很强的理解分析能力、创意设计能力和色彩搭配能力；能充分理解客户的创意意图并准确体现于创意设计中。

4) 具备很强的理解能力、领悟力及良好的提案能力，精准把握客户需求。

5) 工作主动性高，为人正直、善于沟通、耐心细致，能准确完整地表达自己的设计思路。有较强的责任心和创新执行能力。

6) 工作诚信，适应力强，具备良好的团队合作精神，能承受一定的工作压力。

7) 有较好的手绘功底者和敏锐的广告创意者优先。

注：简历中请附近照，面试时请带上个人作品。

通过以上四则招聘信息，我们不难发现，广告公司或者企业在招聘平面广告设计师的过程中，

比较注重以下几点:

1) 学历。对平面广告设计师的学历要求一般都是大专以上,同时也要求动手能力和实践经验。

2) 工作经验。一般在招聘信息中都会明确要求本岗位的工作经验,这就对在学校学习广告设计的学生提出了更高的要求——如何在毕业求职的时候,使自己达到或者基本达到公司对工作经验的要求。只是在计算机上天马行空地完成一幅幅广告设计作品,在实际印刷制作过程中可能会出现很多问题。这就要求学生在学习广告设计的过程中尽可能接触实际设计业务,或者参与到模拟设计业务的过程中,最好能够完成一系列完整的设计作业,从而不断积累广告设计工作经验。

3) 工作流程。这就要求在校生在校内外实训基地创造的公司环境中学习广告设计,在实际操作中形成对广告业务流程的直观认识,以便能够迅速适应工作岗位。

4) 熟练应用平面软件。Photoshop、Illustrator、CorelDRAW 等软件是平面设计师最需要掌握的几款软件,熟练应用设计软件是成为一名优秀设计师的关键能力。

5) 创新思维和创新能力。广告作品需要有新意才能吸引受众的眼球,这也就要求广告设计师要不断突破自我,创作出优秀的广告作品。

6) 职业关键能力。主要包括团队协作能力、沟通能力、责任心、执行能力、理解能力、表达能力以及协调能力等。广告作品往往是团队合作的产物,因而职业关键能力成为了一名合格平面广告设计师成功的必备素质。

招聘信息五:创作部—美术指导

- 招聘单位:北京×××广告有限公司
- 公司行业:广告/会展/公关/市场推广
- 公司类型:合资
- 公司规模:1000~9999 人
- 职位类别:美术/设计/创意
- 工作地点:北京
- 发布日期:2009 年 10 月 2 日
- 工作经验:4 年以上
- 最低学历:大专
- 管理经验:否
- 工作性质:全职
- 招聘人数:若干
- 职位要求:

- 1) 大学专科以上学历。
- 2) 4 年以上服务于广告公司从事平面创意的工作经验。
- 3) 熟悉广告公司业务流程和制作流程。
- 4) 具有团队合作精神以及服务协作意识。
- 5) 熟练使用计算机及相关业务软件。

招聘信息六:创意总监

- 招聘单位:北京×××国际广告有限公司
- 公司行业:广告/会展/公关/市场推广

- 公司类型：民营
- 公司规模：20 人以下
- 职位类别：广告/美术/设计/创意
- 工作地点：北京
- 发布日期：2010 年 8 月 14 日
- 工作经验：3 年以上
- 最低学历：大专
- 管理经验：否
- 工作性质：全职
- 招聘人数：若干
- 职位描述/要求：

1) 带领并指导重要品牌的创意构思及执行，监督并保证创意部的作品质量。
2) 负责广告策略的制定和广告作品的创意设计，同时能带领创作团队进行工作，善于利用和引导团队开发创作。

- 3) 负责带领创意团队，并对部门成员进行专业培训和指导。
4) 协调创意制作部与其他部门之间的工作关系。
5) 定期作出部门评估报告和发展建议，协同公司发展制定部门成本规划。

● 任职资格：

- 1) 新闻传播学、广告学等专业专科以上学历。
2) 3 年以上同等职位工作经验，4A 广告公司优先考虑。
3) 具备品牌策略观念，创作视野开阔。
4) 具有良好的语言表达和沟通能力，具备团队思维。
5) 具备良好的专业能力，有可追溯的成功经验。
6) 创作欲望强烈，创意构思独特、表现力强，具有良好的团队协作精神。

从以上两则招聘信息中可以看到平面广告设计师在职业发展过程中需要加强的环节，主要是能够熟悉整个广告公司的运作流程，能够与其他部门进行合作；需要具备市场营销知识和品牌策略观念，能够正确把握广告创意的方向，指导平面广告设计师和文案人员的工作等。

1.2 平面广告及其发展历程

这里所说的平面广告主要是指印刷品广告，包括报纸广告、杂志广告、海报广告、POP 广告以及 DM 广告。

1. 平面广告定义

广告一词是外来语，源于拉丁文 *Adverture*，后来演变成为英文 *Advertise*。广告的定义众说纷纭，但是均包含一些关键要素：做广告的人，也就是广告主；具有一定的目的，商业广告是为了建设品牌或者销售商品，公益广告是为了传播某种有益于社会的观念；需要付费，广告的策划、设计、制作、发布以及反馈需要耗费资源；是一种对信息的选择和加工；需要通过一定的载体进行传播。

综上所述，广告是由组织或个人为了传播品牌信息、促进商品销售或者提倡一种观念，在付费的基础上，自行或委托专门机构选择和加工信息，通过传播媒介面向目标群体进行的信息传播活

动。而平面广告是指其中通过平面广告媒介发布的广告信息。从媒介形式上来看,通常包括报纸广告、杂志广告、海报广告、POP广告、DM广告和售点广告等。

2. 平面广告的历史

广告是信息交流的一种形式,是商品经济的产物,而平面广告是其中的一种重要形式,它的发展与信息传播技术手段的发展有着直接的联系。

现存最古老的广告实物就是平面广告,是大英博物馆收藏的一张写在纸莎草纸上的广告。这则广告出现在古埃及时期,距今3000多年,其内容是:奴隶谢姆从织布师哈布家里逃走,善良的市民们,谁能找到他的话,有赏。他身高5英尺2英寸,面红目褐。谁能提供他的下落,就赏给一只金环,如果谁能将其带回,愿奉送金环一副。落款是:能按您的愿望织出最好布料的织布师哈布。

我国是印刷术故乡,收藏在中国历史博物馆的北宋济南刘家功夫针铺的广告铜版雕刻,被认为是我国最早的铜版印刷广告实物。广告雕版绘有兔子标记,是一幅白兔捣药图,大标题为“济南刘家功夫针铺”,并刻有“认门前白兔儿为记”,如图1-1所示。

1445年前后,德国人古腾堡发明了金属活字印刷术,从此印刷术在欧洲开始得到广泛传播,为平面广告的发展奠定了基础。

15世纪70年代,在英国出现了被认为有史以来最早的印刷品广告实物,是英国人威廉·坎克斯顿张贴在伦敦所有教堂门口的小说集广告。这则广告长17.5cm、宽12.5cm,内容是:不论教内或教外的任何人,愿意取得适用于桑斯伯莱大教堂的仪式书籍,而其所用字体又与本广告所使用相同者,请移驾至西斯特附近购买,价格低廉。出售处有盾形标记,自上而下有一红条纵标以为辨识。

1622年,英国托马斯·阿切尔创办了《每周新闻》,并在报纸上刊登书籍广告,被认为是世界上最早的报纸广告。

随着廉价报纸的发展,1841年,美国的沃尔尼·帕尔默在费城开办了第一家广告公司,初期主要是为名为《米勒》的报纸销售广告位,后来逐渐开始代理其他报纸版面,形成了广告代理公司。

19世纪以后,广告的形式开始丰富起来,但是平面广告依然占据着重要的地位。1891年,可口可乐公司投产5年后,开始用挂历做广告,这被认为是世界上最早的挂历广告。

随着印刷技术的不断发展,套色杂志和海报在19世纪末相继出现,报纸广告也开始使用套色技术。到1931年,美国的《芝加哥民报》已经可以套印红、黄、蓝3色,其彩色广告非常美观。

20世纪50年代,随着摄影制版技术的发展,商业摄影逐渐成为一种重要的广告表现手法。广告模特包括漂亮女郎、可爱的婴儿和家庭宠物等。

20世纪中叶,广告设计的专业化已经基本形成,分工越来越细致,文案、摄影、绘画、印刷等环节相互配合,平面广告设计作品已经具备了现代风格。



图 1-1 济南刘家功夫针铺广告铜版

实训项目

一、任务描述

以小组为单位组建广告公司创意设计部，合理设置岗位，确定岗位职责和工作任务，描述胜任每一个岗位所需要具备的岗位能力。

1. 听取教师讲授相关知识，初步了解广告设计师的工作性质和任务，对岗位和工作对象形成感性认识。
2. 主动查阅相关资料，进一步了解广告设计师工作岗位以及广告公司创意设计部门。
3. 集体参观广告公司创意设计部、设计公司或者生产性校内实训基地，对设计师岗位形成感性认识。
4. 组建广告公司创意设计部门，设置工作岗位，描述工作任务和招聘条件。

二、任务分析

通过组建广告公司创意设计部，可以了解广告公司创意设计部相关岗位设置，掌握设计师岗位职责，明确课程学习任务，进行职业发展规划。该任务可以通过知识学习、实地参观、小组研讨等方式完成。广告公司创意设计部岗位设置见表 1-1，岗位要求与自我分析见表 1-2。

表 1-1 广告公司创意设计部岗位设置表

公 司 名 称				班 级	
员工名录					
序号	部门	岗位	姓名	备注	
1	——	总经理		组长	
2	创意设计部				
3	创意设计部				
4	创意设计部				
5	创意设计部				
6	创意设计部				
7	创意设计部				
8	创意设计部				

表 1-2 岗位要求与自我分析

公司名称		班 级	
部 门		岗 位	
姓 名		联系方式	
岗位职责			
自我分析			

学习情境二 平面广告设计原理

学习目标

1. 了解平面广告设计构成要素的功能与作用。
2. 掌握平面广告设计中图形的功能及类型。
3. 熟练掌握平面广告设计中处理及应用图形的基本技法。
4. 熟练掌握平面广告设计中文字的类型及作用。
5. 熟练掌握平面广告设计中色彩的表现运用。
6. 熟练掌握平面广告设计的视觉流程。
7. 熟练掌握平面广告版面编排的原则及类型。

2.1 平面广告的构成要素

广告传播是通过视觉、听觉、视觉与听觉相结合三种形式进行的，平面广告属于视觉传播广告。平面广告视觉传达的实质是借助广告视觉语言的信息传达，以期达到一定目的的、有责任的信息传播活动。以视觉形式进行传播的广告，在传播过程中必不可少的构成要素有图形、文字、色彩，它们在平面广告设计中各司其职，互相呼应与补充，构建完整、和谐、统一的广告画面。

2.1.1 平面广告的构成要素——图形

1. 图形的概念

图形是平面广告的重要构成要素。图形的词意一般解释为适合于绘写的，由绘、写、刻、印等手段形成的图像记号；是说明性的图画形象，有别于词语、语言、文字的视觉形象；是可以通过各种手段进行大量复制，传播信息的视觉形式。

2. 平面广告中图形的功能与意义

图形是广告作品中重要的“视觉语言”，在绝大多数广告画面中，图形都起着举足轻重的作用。它是进行广告创作的核心，是提高广告作品质量的关键，如表 2-1 所示。