

《企业形象设计》

图书基本信息

书名：《企业形象设计》

13位ISBN编号：9787532277957

10位ISBN编号：753227795X

出版时间：2012-3

出版社：上海人民美术出版社

页数：143

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.tushu000.com

《企业形象设计》

内容概要

《中国美术院校新设计系列教材:企业形象设计(第2版)》以中国美术学院的教学实践为基础,内容涵盖了当今国际上的优秀案例和CI设计课程的基本知识和技能点,在理论知识和教学实践方面进行了较好的结合,为广大学生和教师开拓设计思维、提高教学质量打开了一个窗口。《中国美术院校新设计系列教材:企业形象设计(第2版)》具体内容包括:CI各个架构的详细讲解,当代CI设计发展新趋势,各门类CI设计的经典范例,学生优秀作品。

《企业形象设计》

作者简介

赵洁

毕业于中国美术学院视觉传达设计与教育专业，获硕士学位。现任教于复旦大学上海视觉艺术学院。参与编辑和设计了《二维设计基础》、《三维设计基础》、《图形语言》等多种图书。马旭东毕业于中国美术学院视觉传达系，硕士研究生。现任教于中国美术学院象山中心校区。设计作品获得“2001中国平面设计大展”优秀奖、“中国国际电脑设计大展”优秀奖、“全国第三届白金创意”大赛银奖等多种大奖。著有《字体与编排》和《VI设计速查手册》。

书籍目录

前言

第一章 初步了解CIS

1.什么是CIS

2.CI的功能

2.1 提高企业的形象和知名度

2.2 展现企业个性

2.3 CI能传达统一信息

2.4 CI能激励员工奋发向上的精神

2.5 CI能加速开发国际市场

3.CI的沿革和发展

4.CI的类型

4.1 欧美型CI

4.2 日本型CI

4.3 CI在中国

第二章 CIS的组成部分

1.理念识别系统(MI)

1.1 什么是MI

1.2 MI的特征

2.行为识别系统(BI)

2.1 BI意义与作用

2.2 BI的具体内容

3.视觉识别系统(VI)

3.1 什么是VI

3.2 VI的内容

4.导入CI的一般程序

第三章 VI设计的内容

1.标志设计

1.1 标志的特点

1.2 标志设计如何构思

1.3 标志设计的规范化

2.字体设计

3.企业标准色

4.造型和吉祥物

4.1 什么是吉祥物

4.2 吉祥物的几个特性

5.应用部分

5.1 办公用品类

5.2 招牌标识类

5.3 交通工具类

5.4 产品包装类

5.5 广告媒体类

5.6 展示设计类

5.7 员工服装类

第四章 现代VI设计的特点

1.应用范围更广泛

1.1 VI设计在二维空间内的应用

1.2 VI设计在三维空间内的应用

2.创造更新的视觉语言

3.应用更规范

第五章 CI设计教学实践

1.虚拟主题创意VI

2.实践商业VI

3.传统文化题材VI

《企业形象设计》

编辑推荐

中国美术院校新设计系列教材是对当代艺术教育进行的一次新的思考。它的新不仅体现在书的内容与形式上，更体现在设计思维、教学观念上。学以致用是丛书编写的根本宗旨。

《企业形象设计》

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.tushu000.com