

<<传媒艺术设计概论>>

图书基本信息

书名：<<传媒艺术设计概论>>

13位ISBN编号：9787040184334

10位ISBN编号：7040184338

出版时间：2006-2

出版时间：高等教育出版社

作者：本社

页数：181

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：<http://www.tushu007.com>

<<传媒艺术设计概论>>

前言

我很高兴看到，作为教育部重点课题“高职高专教育课程设计和教学内容体系原则的研究与实践”的研究成果之一，国家教育科学“十五”规划国家级课题——“IT领域高职课程结构改革与教材改革的研究与试验”课题组所编撰的《高等职业教育电子信息类专业“双证课程”解决方案（两、三年制适用）》（以下简称《解决方案》）以及高等职业教育电子信息类专业“双证课程”培养方案配套教材分别由科学出版社和高等教育出版社出版了。

我国高等职业教育面临着新的转折点。

随着国民经济健康、持续的发展，我国越来越需要大批高素质的实用型高级人才。

如何培养职业人才呢？

教育部提出了“以就业为导向”的指导思想，在这个思想的指导下，高等职业教育的人才培养模式正在发生巨大变革。

例如，产学结合、两年学制、推行双证、建设实训基地等，都是围绕就业导向而采取的一系列重要措施。

信息产业是我国支柱产业之一，它需要大批高素质的高级实用人才。

《高等职业教育电子信息类专业。

“双证课程”解决方案》以及高等职业教育电子信息类专业“双证课程”培养方案配套教材的出版对促进高等职业教育IT类人才培养，加速我国IT产业的发展，进一步改革高等职业教育人才培养模式都具有积极意义。

它的创新之处主要在于：（1）《解决方案》以及配套教材是依据行业企业需求开发的，它根据信息产业发展对复合型高技能人才需求的特点，结合信息产业部最新推出的“CEAC-院校IT职业认证证书”标准要求编写而成。

认证证书表明持证人具备了相应技术水平和应用能力，它可以作为相关岗位选聘人员、技术水平鉴定的参考依据。

将其引入学历教育，可以使高职高专学生在不延长学制的情况下，获得证书以提高就业的竞争力。

（2）《解决方案》以及配套教材是根据教育部最新制定的《中国普通高等学校高职高专教育指导性专业目录》开发的，并以其中的电子信息类专业（大类代码：59）设置的情况为依据，对于高等职业院校两年制IT类专业学校来说，具有较大的参考价值。

（3）《解决方案》以及配套教材采取了先进的课程开发方法，采用了已经通过部级鉴定的“就业导向的职业能力系统化课程及其开发方法（VOcscuM）”，该方法现已作为优秀案例列入教育部高等教育司组织编写的“银领工程”系列丛书，值得高职高专院校借鉴。

我希望，从事IT类高等职业教育的老师以及在该领域学习的学生能从《解决方案》以及配套教材中得到较大的收获。

<<传媒艺术设计概论>>

内容概要

《传媒艺术设计概论》共8章，主要介绍传媒艺术设计的专业定位、传媒艺术设计与媒体传播的关系、传媒艺术设计的应用领域、传媒艺术设计的功能、传媒艺术设计的工作流程、传媒艺术设计技术与艺术的特点、传媒艺术设计的现状和发展趋势、传媒艺术设计的职业素质及其养成等内容。《传媒艺术设计概论》适用于高等职业教育电子信息类专业，也可供各类培训课程和自学者使用。

<<传媒艺术设计概论>>

书籍目录

第1章 传媒艺术设计的专业定位1.1 我国现有的几种艺术门类划分1.2 艺术门类的再划分及其依据1.3 传媒艺术设计的定义和专业构成小结习题第2章 传媒艺术设计与媒体传播的关系2.1 媒体传播的概念2.2 传媒艺术设计与传播媒体的关系小结习题第3章 传媒艺术设计的应用领域3.1 广告的基本概念和发展历史3.2 企业识别系统（CIS）的基本概念和发展历史3.3 出版领域的基本概念和发展历史3.4 互联网的基本概念和发展历史3.5 动画领域的基本概念和发展历史小结习题第4章 传媒艺术设计的功能4.1 传媒艺术设计在广告制作中的功能4.2 传媒艺术设计在CIS中的功能4.3 传媒艺术设计在各类出版物制作中的功能4.4 传媒艺术设计在网页设计中的功能4.5 传媒艺术设计在动画制作中的功能小结习题第5章 传媒艺术设计的工作流程5.1 广告的制作流程5.2 CIS建立的运作流程5.3 出版物设计制作流程5.4 网络设计总流程和网页设计流程5.5 动画设计制作流程小结习题第6章 传媒艺术设计的技术与艺术特点6.1 当代传媒艺术设计的技术特点6.2 当代传媒艺术设计的艺术特点小结习题第7章 传媒艺术设计的现状和发展趋势7.1 信息时代的概念7.2 当代传媒艺术设计的行业现状和发展趋势小结习题第8章 传媒艺术设计职业素质及其养成8.1 素质构成8.2 素质的培养方法和途径小结习题附录一：教学大纲参考方案附录二：市场调研、工作流程实地考察实践参考方案参考文献

章节摘录

信息数量、传播速度的改变：80年代进入信息时代后，信息数量大幅增加、传播速度大幅提升，使信息的重要性和影响力加大、竞争加剧。

企业必须加强内外部信息传递的一致性、独特性和系统性，以建立、巩固和提升企业对外形象，优化企业内部管理、运营机制。

这些社会变革对日本原有的企业经营管理方式造成很大的冲击，从而促成了CIS在日本的引入。日本的企业管理模式原本就重视精神的力量，推崇以企业为家的统一性和忠诚感，与CIS强调统一的基点有共同性。

面对时代变革的压力与挑战，日本企业纷纷引进CIS并融入原有的“以人为本”的企业经营理念，更加注重企业精神和企业文化，使CIS理论体系得到了提升和发展，并促进了CIS在亚洲地区企业的广泛推广。

(2) 发展过程 20世纪70年代初，日本第一银行、劝业银行合并的新公司和老牌企业日本伊藤百货均引进CIS，并成功完成了形象更新，诸多著名企业纷纷跟进。

美国瓦特兰多等公司和一些著名设计师在其中起了很大的指导作用。

70年代末，中国台湾在日本设计师的协助下引入CIS，其中的成功典范是味全公司。

内地在80年代中期引入CIS，最初是作为美术学院设计专业的设计项目。

其后，在许多企业中得到推广使用，其中成功的例子是原广东东宛黄岗保健饮料厂的“太阳神”标志的设计、使用。

韩国在80年代末才引入CIS，由于本国产品外销没有自己的商标，造成很大损失，所以经过反省，开始引入CIS。

<<传媒艺术设计概论>>

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:<http://www.tushu007.com>