

<<标志设计>>

图书基本信息

书名：<<标志设计>>

13位ISBN编号：9787112120772

10位ISBN编号：7112120772

出版时间：2010-8

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：李中扬

页数：90

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>

## <<标志设计>>

### 内容概要

本教材属于北京高等教育精品教材立项项目。

第1章标志设计概况。

主要从标志设计概述，中外标志设计发展和现代标志设计发展趋向三个方面重点介绍标志设计的概念、简史和未来发展。

第2章商标与品牌。

对相关的商标和品牌内容加以描述，从中了解其特征。

第3章标志设计程序。

通过一定的案例了解标志设计过程。

第4章标志创意与表现。

主要强调标志如何创意构思和表现手法的合理使用。

第5章标志与企业形象设计。

将标志放到CI企业识别系统中去认识，在注重视觉核心系统的同时，更好地展开运用。

第6章标志投标战略。

针对社会 and 市场需求而总结的投标经验，目的是让大家通过投标来掌握一定的特点及方法。

第7章作品欣赏。

通过优秀标志从视觉上让读者了解并欣赏佳作，提高审美能力。

全书充分考虑教学的知识点，力求简明、精练。

在保持教材新内容、多信息的基础上，强调前瞻性、可读性和操作性。

借助理论指导，提升大家的“看”、“思”、“做”的能力，让教材真正做到重点启发，择优细化的精品意识，使标志设计课程教学更加突出特色。

## <<标志设计>>

### 书籍目录

第1章 标志设计概况 1.1 标志设计概述 1.2 中外标志设计发展 1.3 现代标志设计发展趋向第2章 商标与品牌 2.1 关于商标 2.2 关于品牌第3章 标志设计程序 3.1 谈判与协议 3.2 调查与分析 3.3 构思创意 3.4 方案确定 3.5 设计制作 3.6 注册问题第4章 标志创意与表现 4.1 标志构思与创意 4.2 标志的表现与手法第5章 标志与企业形象设计 5.1 CI企业识别形象 5.2 VI标志形象 5.3 VI企业视觉形象的识别要素 5.4 应用设计要素 5.5 视觉识别设计的原则第6章 标志投标战略 6.1 吃透精神、抓住主题 6.2 分析征集函 6.3 初步调查了解 6.4 设计与构思 6.5 确定方案 6.6 制作 6.7 送稿 6.8 沟通第7章 作品欣赏参考书目

## <<标志设计>>

### 编辑推荐

本商品两种印刷封面，随机发货！

信息社会，面对符号化、数字化时代的挑战，我们被包围在图形环境里。

从政府部门到企业，从商务活动到公益活动，从个人用品到公共设施，到处可见标志形象，标志已成为人们生活中不可缺少的组成部分。

《全国高等院校设计专业精品教材：标志设计》就将介绍标志设计的概况、创意、设计程序等。

全书充分考虑教学的知识点，力求简明、精练。

在保持教材新内容、多信息的基础上，强调前瞻性、可读性和操作性。

#### 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>