

<<平面设计导论>>

图书基本信息

书名：<<平面设计导论>>

13位ISBN编号：9787121157905

10位ISBN编号：712115790X

出版时间：2012-3

出版时间：电子工业出版社

作者：瑞恩·赫姆伯瑞

页数：191

译者：赵正洋

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>

## <<平面设计导论>>

### 内容概要

这本有关商业平面设计简明概述的书探讨了设计师每天面对的问题，并针对设计原理和传播策略提出建议，从而帮助他们取得成功。

《平面设计导论》首先探讨了设计的基本要素，包括布局、色彩、印刷工艺和传播理论。在此基础上，作者瑞恩赫姆伯瑞思考常见设计工作的目标，例如logo、信头、信封、宣传手册、请柬、出版物、年度报告、产品目录、形象标识和商标。只有了解了一件作品试图对谁传播什么内容，设计师才能自信地面对每一个艰难的挑战。

<<平面设计导论>>

作者简介

作者: (美) 赫姆伯瑞

# <<平面设计导论>>

## 书籍目录

### 引言

#### 第一章 为传播而设计

- 1.1 平面设计不是艺术
- 1.2 平面设计不同于商业艺术
- 1.3 平面设计是视觉传播
- 1.4 符号语言学
- 1.5 意义的深度
- 1.6 感知视觉信息
- 1.7 颜色的传播质量
- 1.8 日常生活中的设计

#### 第二章 设计的流程

- 2.1 研究
- 2.2 设计创意简报
- 2.3 发展概念
- 2.4 推销创意
- 2.5 概念或创意的执行
- 2.6 记录设计流程

#### 第三章 页面布局与设计

- 3.1 网格线
- 3.2 页面要素
- 3.3 视觉层次

#### 第四章 常见的设计工作

- 4.1 客户要求
- 4.2 广告
- 4.3 印刷资料
- 4.4 请柬设计
- 4.5 宣传海报
- 4.6 宣传册设计
- 4.7 出版物设计
- 4.8 年度报告
- 4.9 目录册设计

#### 第五章 企业形象识别

- 5.1 企业形象识别并非品牌
- 5.2 企业形象识别设计要点
- 5.3 企业形象识别的构成

#### 第六章 品牌

- 6.1 品牌的重要性
- 6.2 品牌基本知识
- 6.3 定义品牌受众
- 6.4 品牌要素
- 6.5 包装设计
- 6.6 零售环境下的品牌

### 结论

### 术语表

### 参考文献

设计者名录

## <<平面设计导论>>

### 编辑推荐

瑞恩·赫姆伯瑞的这本《平面设计导论》探讨了设计师每天面对的问题，并针对设计原理和传播策略提出建议，从而帮助他们取得成功。

阅读本书，你会发现：如何培养客户并与客户合作；优秀设计的规则和它们重要的原因；一份创意简报的组成元素；印刷过程的注意事项；如何决定视觉层次；如何创作杰出的商标和宣传册设计；如何构成强有力的标识或品牌战略的元素。

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>