

<<平面设计基础>>

图书基本信息

书名：<<平面设计基础>>

13位ISBN编号：9787508481166

10位ISBN编号：750848116X

出版时间：2011-1

出版时间：水利水电出版社

作者：郭新生 主编

页数：219

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>

前言

自20世纪80年代以来,随着经济的高速发展,我国的市场经济日趋活跃,在这种形态下,商业信息传达便成了企业与企业之间,顾客与商品之间交流的先导。

可以说任何企业、商家进行任何商业行为无一不涉及商业设计。

商业中有设计,毋庸置疑,商业美术设计就是现代商业中的宣传、推广、营销的科学。

商业美术设计在“时间就是金钱,效益就是生命”的时代尤其受宠,它以直观的优势冲破地域、种族和文化的界限,凭借可视的语言符号迅速进入人们的视线,直逼内心世界,从而影响人们的价值观、审美观和消费观。

商业美术设计就像原野上的播种机将企业和产品信息播洒在大地上。

可以说没有商业美术设计,企业和产品将无用武之地。

随着人类科技的进步,商业美术设计的发展也日新月异,形式不断变化。

在中国城市商业网点建设管理联合会的支持下,全国商务人才职业测评办公室和全国商业美术设计师考评专业委员会组织编写了全国商业美术设计师平面设计专业的考试培训教材《平面设计基础》。

本书以当代世界经济和国内经济的发展为背景,以设计理论为基础,以设计案例为引导,对商业美术设计的理论及设计实践进行较为系统和深入的阐释与分析。

在编写过程中注重理论与实际相结合,汲取和借鉴了当代优秀设计作品及其设计经验。

本书特色鲜明,具体表现在以下几个方面:(1)综合性。

在内容上充分考虑当代商业美术设计人才培养模式和教学内容体系的建设与教学改革的需要,既注重全面系统地介绍商业美术设计理论、设计原则、设计方法,又结合企业或产品对实际案例进行分析讲解、讨论延伸。

尽可能将当前最新的设计理念、设计作品融入到相关问题讨论之中,使教材具有体系完整、内容全面、信息充足的特点。

(2)系统性。

在系统介绍商业美术设计知识的基础上,将商业美术设计分为商业美术设计基础和平面设计基础两大部分。

其中商业美术设计基础部分包括商业美术设计概论、设计素描、设计构成、基础图案;平面设计部分包括平面设计基础知识、版式设计、标志设计、招贴设计、包装设计、企业形象设计、书籍装帧设计,并在最后案例部分介绍国内外大量优秀设计作品。

(3)实用性。

商业美术设计是一门应用性很强的学科,在编写过程中注重平面设计理论与实践的有机结合,尽可能做到知识点讲述细致化,概念描述清晰化,案例分析深入化,结合典型设计案例,把概念融入案例之中。

本书不仅可以作为商业美术设计师培训认证指定用书,高等院校相关设计专业学生、教师和研究人员参考用书,还可以作为企业中高级设计人员及高层管理人员的参考用书,以及有志于从事商业美术设计工作人员的自学用书。

<<平面设计基础>>

内容概要

本书由两大部分组成，共13章，内容包括商业美术设计概论、设计素描、设计构或、基础图案、平面设计基础知识、版式设计、标志设计、招贴设计、包装设计、企业形象设计、书籍装帧设计、本书既有全面系统的理论知识介绍，又有从实践中总结出来的生动案例，还包括命题创作练习及练习作怂点评。

本书以提高商业美术设计人员的理论水平与实战能力为核心，对实际商业美术设计案例进行比较系统和深入的阐释与分析。

本书内容丰富，通俗易懂，案例详实，便于学习借鉴。

本书不仅可以作为商业美术设计师考试培训指定用书，高等院校相关设计专业学生，教师和研究人员的参考用书，还可以作为企业中高级设计人员及高层管理人员的参考用书，以及有志于从事商业美术设计工作人员的自学用书。

<<平面设计基础>>

书籍目录

序言商业美术设计基础部分 第一章 商业美术设计概论 第二章 设计素描 第三章 设计构成 第四章 基础图案平面设计部分 第五章 平面设计基础知识 第六章 版式设计 第七章 标志设计 第八章 招贴设计 第九章 包装设计 第十章 企业形象设计 第十一章 书籍装帧设计 第十二章 命题创作练习 第十三章 练习作品点评参考文献

章节摘录

插图：从物贸交换到以贝币进行买卖，使产品变为商品，这种流通的桥梁就是商业。

它不仅满足了人们生活上的物质消费，也是社会发展的一种动力。

商业促进了社会的发展，工业促进了商业的繁荣，工业要提高生产速度和质量，产品要打进市场，需要科学的动力，需要艺术的造型、美化、宣传。这就是现代商业美术设计学的体系。

商业美术设计是指在商业经济领域中根据一定的商业目标和要求，通过思维创作及艺术行为而从事的设想、运筹、计划、预算和制定方案、图案等，它是人们为实现某种商业目的而进行的一种创造性活动。

商业美术设计为商品终端消费者服务，在满足人的消费需求的同时又规定并改变人的消费行为和商品的销售模式，并以此为企业、品牌创造商业价值。

现代商业美术设计的概念，已从商业美工等专业扩展到更为广泛的领域。

商业美术设计的内容包罗万象，标志设计、广告招贴设计、包装设计、书籍设计、VI设计等，都属于商业美术设计范畴。

商业美术设计既要研究市场需求、消费者习性、流通渠道、竞争对手，还需要研究艺术美学。

其中，标志设计部分包括：对企业的调查研究分析，标志的规范性设计；标志在各种商业活动中的应用。

广告招贴设计部分包括：广告的策划；广告的设计；广告的应用表现。

包装设计部分包括：企业产品的分析定位；产品包装的设计创意；产品包装的材料应用。

企业形象设计部分：企业形象调查分析；CI的策划；CI的设计；CI的导入实施。

书籍装帧设计部分：书籍设计的前期策划；书籍的开本大小及材料应用；书籍的设计。

如今，商业美术设计与艺术美学是你中有我，我中有你，不可分割但也不可等同，作为商业美术设计师应当看到商业美术设计的发展。了解商业美术设计与艺术美学的异同，这样商业美术设计师才可以挣脱艺术家的光环而成为真正的商业美术设计师，为促进商业的繁荣与经济的发展作出应有的贡献。

<<平面设计基础>>

编辑推荐

《平面设计基础》读者对象：高等院校美术设计类专业本科生，企业中高级设计人员及高层管理人员，美术设计类专业的教学人员，参加美术设计培训认证考试的学员，爱好平面设计的人士。

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>