

## <<如何成为插画师>>

### 图书基本信息

书名：<<如何成为插画师>>

13位ISBN编号：9787532269716

10位ISBN编号：753226971X

出版时间：2010-11

出版地：上海人美

作者：[英] 里斯

页数：159

译者：韩珊珊,辛岩,秋乡

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>

## <<如何成为插画师>>

### 内容概要

《如何成为插画师》为那些有志成为插画师的人提供实用的帮助和指导。

本书的内容包括：如何制作作品集；如何最有效地找到潜在客户；如何准备面谈和协商合同；如何掌控、交付作品并追讨应付款等。

本书中也提供了一些建议：如何避免破坏客户对你的第一印象；如何建立工作室；如何保持工作量，管理时间和经费等。

此外，本书还谈及如何进行自我推荐，创建个人网站，自费出版，以及雇佣代理商的利弊等等。

本书采访了几位具有国际知名度的插画家，探讨了他们在业内脱颖而出的原因，并探讨了他们与客户合作的经验和提升创作水平的方法等等。

此外，几位优秀的美术总监还在书中讲述了他们委派插画工作的方式和发现新画家的方式，还讲述了对于画家推荐材料的看法，并给新生代插画师提出了一些建议。

作为一名插画家和不少优秀插画师的代理商，作者在书中结合了自己在从业过程中积累的经验，因此本书对于希望在插画界成功的人来说是不可多得的必备读物。

## <<如何成为插画师>>

### 作者简介

达莱尔·里斯从1986年开始成为一名插画师，1992年进入伦敦的大橙子工作室。

他于1994年创办了名为“心”(Heart)的插画工作室(位于伦敦和纽约)。

他还身兼专业评审和讲师，在英国各大学授课、他曾参与《插画师的教育》(斯蒂文·海勒著)一书的编写工作。

目前正与他的同事海伦·奥斯伯纳一起编写出版物《心跳》，并担任该书的美术总监。

他是英国D&AD的成员，并担任大赛评委会主席，同时他还是位于纽约的出版物设计师协会会员。

## &lt;&lt;如何成为插画师&gt;&gt;

## 书籍目录

前言 尼古拉斯·布莱赫曼绪论 插画的教义 有组织的、喧闹的、混乱的、害羞的：“成功”插画师的特点第一章 开始 怎样成为一名插画师 画还是不画 插画师的技巧 调整自由职业者的生活 选择插画行业 收集建议 在大学里作准备 创建客户网络 经济现实 确定工作地点 找份糊口的工作 参考资料及其来源 创建工作数据库 你的名片 采访/创意总监：马克·波特第二章 准备作品集 留下恰当的印象 问题作品集 指导方针 “包装” 何种类型的作品集 针对客户编辑作品集 优点和缺点 数字作品集 选择你自己的方案 采访/美术总监：卢克·海曼采访/插画师一 奥德·范·赖恩、萨姆·韦伯、马克·伯特万特、迈克尔·吉烈特第三章 寻找工作和面谈 做好自我准备和作品集的准备 报刊客户 出版客户 设计公司客户 广告客户 购买名录 面谈 去海外寻求工作机会 采访/美术总监：西蒙·埃斯特森第四章 获得第一份工作 取得核心信息 理解工作 主题包围 时间和尺寸 费用和权利 “低报酬”先例 取消费用 学习曲线 保留权利 图书封面的委托 广告委托 设计公司的委托 关于合同的最后一点第五章 服务小贴士 发票 它是从哪里来的 它是什么时候的 跟踪你的发票 这是给谁的 为了什么缘由 客户参考 金额有多少 付款条例 后续行动和追讨付款 从海外客户那里追讨付款 合同：保护你和你自己的权利 一个有益的教训 专业术语词汇表 关键段落和短语 总结第六章 自我推销 自我推销的策略 网站 明信片 电子邮件 年鉴 竞争性年鉴 每一份工作都是一个广告 全球营销 业余创作 自我激励 展览你的作品 自行出版 使用网络 礼貌和同情 采访/美术总监：萨瑞·汤姆森采访/插画师二 清水裕子、瑞·泰瑞勒、杰弗里·迪考斯特、布雷特·莱德第七章 工作室 你的工作室 在家工作：优点 在家工作：缺点 在工作室工作：缺点 在工作室工作：优点 采访/插画师：布雷特·莱德、大卫·卢卡斯第八章 经纪人 为什么你需要一个经纪人 经纪人做些什么 拥有经纪人的好处 数量上的优势 谈判费用 评审和谈判合同 广告费用和许可证 潜在问题 合同 怎样选择合适的经纪人 会见未来的经纪人 费用和条款 总结 采访/美术总监：弗拉基米尔·马内奇附录 专业机构 年鉴：广告 年鉴：竞赛 数据库提供商 延伸阅读 参考感谢

## <<如何成为插画师>>

### 章节摘录

插图：不同的杂志确定插画师的方式会有所不同，有些杂志是由编辑决定，有些是由资深设计师决定，艺术总监或美术编辑也会让不同版面的设计人员各自做决定。

而插画师的确定方式也反映了杂志版面初步设计的确定方式。

现在你找到了符合你插图风格的杂志、该杂志艺术总监或美术编辑的名字、杂志社的地址和电话——简而言之，你获得了与杂志的插画负责人面谈所需要的相关信息。

在获取信息后，你就要想尽一切办法获得面谈的机会。

这种方式适用于所有类型的客户，而不仅限于报刊客户——之后我会再深入谈及。

出版客户>跟报刊客户一样，你首先要关注的出版客户是那些主要的出版社，然后是大量不太知名、但同样有插画需求的出版商。

出版社的预算很可能体现出其规模，但它们都是潜在的客户。

很多你认为规模小、不知名的出版商事实上都从属于一些大型出版社。

## <<如何成为插画师>>

### 编辑推荐

《如何成为插画师》：美术专业职业选择指导读物国际一流专家的经验分享

## <<如何成为插画师>>

### 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>