

<<CI设计教程>>

图书基本信息

书名：<<CI设计教程>>

13位ISBN编号：9787562137160

10位ISBN编号：7562137161

出版时间：2006-9

出版时间：西南师范大学出版社

作者：杨仁敏

页数：89

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>

<<CI设计教程>>

内容概要

高职高专艺术设计教育的课程特色是由其特定的人才培养教育目标和特殊的人才规格所决定的，课程是教育活动的核心，课程内容是构成系统的要素，集中反映了高职高专艺术设计教育的特性和功能，合理的课程设置是人才规格准确定位的基础。

本艺术设计系列教材编写的指导思想是从教学实际出发，以高职高专艺术设计教学大纲为基础，遵循艺术设计教学的基本规律，采用单元制教学的体例架构，使之能有效地用于实际的教学活动，力图能贴近培养目标、贴近教学实践、贴近学生需求，具有很强的应用价值。

本系列教材的教学内容以培养一线人才的岗位技能为宗旨，充分体现培养目标。在课程设计上，以职业活动的行为过程为导向，按照理论教学与实践并重、相互渗透的原则，将基础知识、专业知识合理地组合成一个专业技术知识体系。

理论课教学内容根据培养应用型人才的特点，求精不求全，不过多强调高深的理论知识，做到浅而实在、学以致用。

专业必修课门类覆盖了教学所属的所有专业，知识面广、综合性强，非常有利于培养“宽基础、复合型”的职业技术人才。

我们期望能构建一种科学合理的教学模式，一种新的教学思路，规范高职高专艺术设计的教学活动与教学行为，以便能有效地推动教学质量的提升，也便于有效的教学管理。

我们同时也注意到艺术设计教学活动个性化的特点，教材在理论阐述、教学方法和组织方式、课堂作业布置等方面给任课教师预留了一定的灵动空间。

我们认为教师在教学过程中不再主要是知识的传授者、讲解者，而是指导者、咨询者；学生不再是被动地接受，而是主动地获取。

这样才能有效地培养学生的自觉性和责任心。

在教学手段上，应该综合运用演示法、互动法、讨论法、调查法、练习法、读书指导法、观摩法、实习实验法及现代化教学手段，体现个体化教学，使学生的积极性得到最大限度的调动，学生的独立思考能力、创新能力均得到全面的提高。

本系列教材根据目前国内高职高专艺术设计开设课程的需求，将分装潢设计、环艺设计、服装设计、设计基础及数码艺术设计等多个板块进行规划编写，分期分批、有计划地陆续出版。

本系列教材是为我国高职高专艺术设计专业的学生专门编写的，他们将是本世纪中国设计领域一支重要的队伍，是活跃在设计第一线的生力军，他们的成长直接关系到中国设计界的未来与发展。

我们编辑这套教材，就是希望能在培养这支生力军的过程中，做些实实在在有成效的工作。

作为艺术设计高职高专教材建设的一种探索与尝试，这套教材中难免会有偏颇与不足，我们期望得到教育界的专家学者们的批评与指正，以期在教学实践中加以调整修改。

<<CI设计教程>>

作者简介

杨仁敏，男，1949年9月生，上海市人。

1965年考入上海轻工业专科学校美术系，毕业后从事证券设计。

1982年考入四川美术学院攻读硕士学位研究生，1985年毕业获中央工艺美院文学硕士学位，并留校任教。

毕业后，兴趣涉及绘画、设计及设计理论研究。

现为四川美术学院教授，中国包装技术协会设计委员会副主任，重庆市包装技术协会设计委员会主任，
《中国设计年鉴》副主编。

<<CI设计教程>>

书籍目录

教学导引 第一教学单元 CI战略的基本概念——什么是CI 一、CI一个需要解释的基本概念 二、CI的产生与发展 三、CI的价值和功能 第二教学单元 CI战略的构成要素 一、M0 (Mind IdentitV) 理念识别系统——灵魂与核心 二、B0 (Behsvior Identity) 行为识别系统——微笑中的哲学 三、V0 (Visial Identjty) 视觉识别系统——风采与神韵 第三教学单元 CI战略的策划与设计 一、CI战略的策划与设计程序——良好的开端和有序的工作流程 二、CI战略的设计原则——在规范和系统中创新 单元教学导引 第四教学单元 V0系统的设计与开发 一、形象提炼——创意之源 二、精神象征——企业名称 三、形象核心——标志设计 四、规范的起点——标准字体 五、情感传达——标准色的色彩计划 六、视觉延伸——辅助图形的设计 七、个性外溢——吉祥物 八、消除传播障碍——基本要素的组合规范 九、整体之美——版式编排模式 十、应用要素系统 单元教学导引 第五教学单元 CI手册和CI系统的管理 一、CI手册的内容 二、CI手册的设计 三、企业形象的维护与管理 第六教学单元 CI设计务实——突破思维的疆界 一、视觉形象的创造和开发——“可口可乐”的故事 二、视觉形象的整合和提升——“一汽集团”视觉形象的整合提升 三、视觉形象的创新和突破——“鲁尔地区2010”、“莱比锡2012”、“世界杯2006” 第七教学单元 优秀范例赏析 一、Vodafone的CI系统 二、重庆经济顾问团会议CI系统 三、德国杜赛尔多夫申办2012年奥运会CI系统 四、欧洲加油站 五、欧洲的店面及商业形象 后记 主要参考文献

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>