

图书基本信息

书名：<<标志创意&设计-21世纪高等学校艺术设计专业新系列>>

13位ISBN编号：9787562920212

10位ISBN编号：7562920214

出版时间：2005-8

出版时间：武汉理工大学出版社

作者：欧阳超英主编

页数：114

字数：248000

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

本次由武汉理工大学出版社委托我编写《标志创意与设计》这本书,使我有机会将自己多年的标志设计教学经验和体会出书成文,与同行和朋友们一起交流,共同探讨,同时也是我对标志创意与设计的再次认识与学习。

标志是在方寸之间传达信息的一种符号、是一种象征艺术,达到超越语言,起到沟通交流,并在商业中体现企业精神和价值核心的视觉符号。

标志从最早的图腾、标识等发展而来已有五千多年的历史,许多学者专家也做过大量的介绍和研究,已出版的有关标志方面的书籍也有几十种。

本书作为教材类书籍,主要内容包括:标志概述、标志的起源与发展趋势、标志的分类、标志设计的表现形式、标志的创意、标志设计的艺术手法、标志设计的程序等相关知识。

本书在编写过程中我的研究生赵鹏、江南参与了资料的查找和整理工作,书中“6标志设计的色彩”及书中的“作业与思考题”由江南编写。

本书主要有以下特点: 1.全面系统 本书全面论述了标志从诞生到现今的发展历程,标志从创意到设计成稿的全过程,内容丰富,叙述简明透彻,并为方便学生作为教材使用,每一章之后都附有课后思考题,使学生能够在学中思考,思考中学习。

2.突出创意 标志的好坏直接影响到国家,企业或个人的形象,而设计标志的核心便是创意,没有好的创意是不能设计出好的标志的,本书着重讲述了标志创意的几种方法,使学生们在实际操作中有所启发。

3.图片丰富 本书图文并茂,选用的图例均为最新的案例资料,不仅使学生在学的过程中紧跟时代发展的要求,并且对从事设计领域的工作者们也能起到指导作用。

本书的编写力求融科学性、理论性、创新性、实用性于一体,观点鲜明,深入浅出,可读性、可操作性强,可作教材亦可供参考与自学之用。

内容概要

标志是在方寸之间传达信息的一种符号，是一种象征艺术，达到超越语言，起到沟通交流，并在商业中体现企业精神和价值核心的视觉符号。

标志从最早的图腾，标识等发展而来，已有五千多年的历史，许多学者专家也做过大量的介绍和研究，已出版的有关标志方面的书籍也有几十种。

本书作为教材类书籍，主要内容包括：标志概述，标志的起源与发展趋势，标志的分类，标志设计的表现形式，标志的创意，标志设计的艺术手法，标志设计的程序等相关知识。

作者简介

欧阳超英，男，1958年生，1986年毕业于湖北工学院设计系平面设计专业。后分配在中国包装进出口湖北分公司从事出口商品的包装、广告设计。现为湖北工业大学艺术设计学院广告设计系主任，硕士生导师，中国包协会员。主要从事平面设计，广告设计的教学与研究工作，在专业期刊上

书籍目录

1 概述 1.1 标志及其概念 1.2 标志的特征 1.3 标志的起源与发展趋势 2 标志的分类 2.1 国家及政府机构与国际组织机构标志 2.2 公共标志 2.3 企业标志及商标 2.4 文化标志 2.5 个人标志 3 标志设计的表现形式 3.1 文字形式的标志 3.2 图形形式的标志 3.3 综合形式的标志 4 标志的创意 形与意的关系 4.2 意与意的联想 4.3 形与形的联想 4.4 事与事的联想 4.5 有意识联想与无意识联想 5 标志设计的艺术手法 5.1 对比 5.2 调和 5.3 渐变 5.4 特异 5.5 视幻 6 标志设计的色彩 6.1 色彩的功能 6.2 标志与色彩 7 标志设计的程序 7.1 资料的收集 7.2 构思与草图 附录1 优秀标志范例附录2 中华人民共和国商标法附录3 中华人民共和国商标法实施条例

章节摘录

插图：

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>