

<<设计史>>

图书基本信息

书名：<<设计史>>

13位ISBN编号：9787811270808

10位ISBN编号：7811270803

出版时间：2008-2

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：芦影,张国珍

页数：163

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>

内容概要

游弋在历史的河流中，每一次好奇的阅读，有关人类的独特创造以及每一种文化或远或近的历史渊源，都难免心潮起伏，思绪万千。

走进历史，是为了更好地确证自己的存在和持续发展的可能也是为了创造未来，并在未来成为历史之时留下自己的印记。

因此，我们所领略的每一个时代的设计经典、大师的智慧及创造，都将成为自身成长的动力和快乐的源泉。

当然，我们也深切地感受到个人在进行历史描述时的种种局限以及无法深入浩繁卷帙去渗透异文化的遗憾。

本书为新闻、广告、影视、动漫、出版等专业本科生教材，研究生考试用书，也可作为传媒从业者及爱好者学习之用。

作者简介

芦影，2000年毕业于清华大学美术学院，获硕士学位。

‘现为中国传媒大学广告学院副教授。

著有《视觉传达设计的历史与美学》（中国人民大学出版社，2000年）、《平面设计艺术》（中陶人民出版社，2005年）、《视觉传达设计欣赏》（台湾版，2002年）。

合著有《广告设计基础概论》（中国传媒大学出版社，2003年）和《设计概论》（高等教育出版社，2003年）。

书籍目录

第一章 历史观：设计的文明第一节 设计史：映照生活的历史第二节 设计之变：风格与时代一、视觉媒介与图像传播二、机器美学与设计创新第三节 设计的类型化与专业化一、告别手工业时代二、工业革命的现代性三、设计的独立与细分第二章 华夏设计之渊源第一节 原始造物之美一、石器二、陶器第二节 春秋至东汉一、原始包装与广告二、“幌子”与“简帛”三、纸之于商业美术四、器物之美第三节 唐代：开元盛世一、印刷的意义二、雕印和商贸的兴起三、器物之美第四节 宋代：商业文化的温床一、广告和包装二、年画三、器物之美第五节 明代：繁荣之后的起落一、雕印、套版、彩印日臻精湛二、为商业的技术和美术三、器物之美第六节 清代：被殖民与近代化一、“南桃北柳”年画兴二、开埠与洋货入侵三、器物之美第七节 民国：危机与变革一、西风东渐二、月份牌与近代广告三、设计救国第三章 欧洲前夜：现代设计的端倪第一节 艺术与手工艺运动第二节 新艺术运动第三节 装饰艺术运动第四节 新世纪的艺术震撼一、现代艺术的先锋二、现代艺术与现代设计第四章 理想主义与理性设计第一节 新造型语言一、现代主义的序曲二、俄国构成主义三、荷兰风格派第二节 包豪斯一、理想与宣言二、走出乌托邦的设计教育三、先锋者的观念与设计四、理想的意义第三节 现代主义理性设计一、新版面与“瑞士风格”二、现代主义设计的理性意识第五章 商业至上：设计与经营第一节 “美国世纪”的设计崛起一、新移民的设计“外力”二、纽约派与表现主义版面设计三、新广告设计观第二节 美国特色：工业设计职业化第三节 形象识别与系统设计一、形象系统的设计开端二、成熟期的企业形象设计三、系统设计的思想第六章 丰裕社会的设计转型第七章 观念主导：后现代设计主要参考书目

章节摘录

插图：

<<设计史>>

编辑推荐

《设计史》编辑推荐：21世纪创意与设计实用教材。

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>