

<<展示设计>>

图书基本信息

书名：<<展示设计>>

13位ISBN编号：9787102050447

10位ISBN编号：7102050445

出版时间：2010-8

出版时间：人民美术出版社

作者：谭欣 编

页数：121

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>

<<展示设计>>

前言

肇始于20世纪初的五四新文化运动，在中国教育界积极引入西方先进的思想体系，形成现代的教育理念。

这次运动涉及范围之广，不仅撼动了中国文化的基石——语言文字的基础，引起汉语拼音和简化字的变革，而且对于中国传统艺术教育和创作都带来极大的冲击。

刘海粟、徐悲鸿、林风眠等一批文化艺术改革的先驱者通过引入西法，并以自身的艺术实践力图变革中国传统艺术，致使中国画坛创作的题材、流派以及艺术教育模式均发生了巨大的变革。

新中国的艺术教育最初完全建立在苏联模式基础上，它的优点在于有了系统的教学体系、完备的教育理念和专门培养艺术创作人才的专业教材，在中国艺术教育史上第一次形成全国统一、规范、规模化的人才培养机制，但它的不足，也在于仍然固守学院式专业教育。

国家改革开放以来，中国的艺术教育再一次面临新的变革，随着文化产业的日趋繁荣，艺术教育不只针对专业创作人员，培养专业画家，更多地是培养具有一定艺术素养的应用型人才。

就像传统的耳提面命、师授徒习、私塾式的教育模式无法适应大规模产业化人才培养的需要一样，多年一贯制的学院式人才培养模式同样制约了创意产业发展的广度与深度，这其中，艺术教育教材的创新不足与规模过小的问题尤为突出，艺术教育教材的同质化、地域化现状远远滞后于艺术与设计教育市场迅速增长的需求，越来越影响艺术教育的健康发展。

人民美术出版社，作为新中国成立后第一个国家级美术专业出版机构，近年来顺应时代的要求，在广泛调研的基础上，聚集了全国各地艺术院校的专家学者，共同组建了艺术教育专家委员会，力图打造一批新型的具有系统性、实用性、前瞻性、示范性的艺术教育教材。

内容涵盖传统的造型艺术、艺术设计以及新兴的动漫、游戏、新媒体等学科，而且从理论到实践全面辐射艺术与设计的各个领域与层面。

这批教材的作者均为一线教师，他们中很多人不仅是长期从事艺术教育的专家、教授、院系领导，而且多年坚持艺术与设计实践不辍，他们既是教育家，也是艺术家、设计家，这样深厚的专业基础为本套教材的撰写一变传统教材的纸上谈兵，提供了更加丰富全面的资讯、更加高屋建瓴的教学理念，使艺术与设计实践更加契合的经验——本套教材也因此呈现出不同寻常的活力。

希望本套教材的出版能够适应新时代的需求，推动国内艺术教育的变革，促使学院式教学与科研得以跃进式的发展，并且以此为国家催生、储备新型的人才群体——我们将努力打造符合国家“十二五”教育发展纲要的精品示范性教材，这项工作长期的，也是人民美术出版社的出版宗旨所追求的。

谨以此序感谢所有与人民美术出版社共同努力的艺术教育工作者！

<<展示设计>>

内容概要

《展示设计》从展示设计的实际操作入手，分解其中的各个专项，逐步展开。通过大量教学实际案例与创意分享，让学生得以体验展示的魅力，进而学习和掌握展示设计的方法流程，最终达到能参与团队合作与独立完成展示项目的教学目标。由于展示设计涉及到环境艺术、视觉传达、展示道具、多媒体演示以及声、光、电技术等方面的知识，本教材为学习者提供了丰富的知识链接，从而在有限的时空内使学生能完成对众多学科成果的整合运用，这也正体现了展示设计具有丰富内涵、涉及诸多领域的专业特征。

<<展示设计>>

书籍目录

第一章 展示的基本概念第一节 展示设计是什么第二节 谁是我们的观众一、我来展示，你来体验案例直击上海世博会法国馆二、变被动为互动三、为时间而设计。
不是为地点两设计第三节 展示设计的发展历程一、展示设计简史二、展示设计的趋势第四节 展示是～种艺术第二章 展示设计的方法与流程前期策划我们该做什么？
第一节 创意策划一、项目管理计划二、概念发展过程三、创意的筛选案例直击上海世博会中国馆我们的卖点是什么，要如何表达？
第二节 渲染卖点一、设计的主线二、设计的背景三、怎样正确叙述设计教学案例解析汶川“5·12地震纪念馆”设计方案设计中科学技术的运用第三节 提高科技含量一、科技的作用二、有怎样的新科技第三章 展示要素的专项设计第一节 展示中的视觉传达一、VI系统与导视设计二、平面系统与编排
第二节 “我能触摸到”——展示设计中的台、柜、架一、展架二、展柜三、展台四、护栏、标牌等辅助设施第三节 “我能感受到”——展示设计中的声、光、电一、灯光音效对展示的作用二、如何来控制声、光、电第四节 影像视频与新媒体课题训练学生设计案例解析（一）学生设计案例解析（二）第四章 展示空间的专题设计第一节 商业空间展示一、橱窗展示设计1.橱窗的主要陈列方式2，让我来为您设计3.思维设计训练即时训练课程训练小贴士：橱窗设计二、卖场空间陈列展示第二节 博物馆展示与陈列经典案例解析苏州博物馆第五章 提升你的实战能力第一节 主题思维的骨架——构思一、灵感来源案例直击戴姆勒-克莱斯勒公司车展展示设计二、选择一个主题或概念案例直击戴姆勒-克莱斯勒公司户外展台三、整合收集的资料四、聚焦关键要素第二节 核心——表达一、手稿图册二、绘制三、实作模型训练案例直击奥西公司在杜塞尔多夫国际印刷及纸制品博览会上的展台学生设计案例解析（一）学生设计案例解析（二）第三节 实体一技术与实施一、逾越沟壑二、修改三、设计的拓展与完善
第四节 细节-点睛之笔一、筛选创意二、传达你的设计理念教学案例（一）教学案例（二）经典案例解析上海世博会英国馆的整体与细节设计第六章 会展设计的策划与管理第一节 认识会展——会展的基本概念一、会展的广义与狭义概念知识链接世界博览会（～）二、会展的特点三、会展的起源知识链接世界博览会（二）四、会展的类别1.商业展会2.博览会第二节 会展策划——设计的讲述一、展示设计前期策划1.做好市场调查2.编写展示设计文案二、艺术设计策划三、行动路线策划第三节 理念的实现——会展设计方案的实施案例直击上海世博会四川民俗展区（室外场地）竞标方案知识链接世界博览会（三）2.历届世界博览会简表经典案例解析上海世博会中国国家馆“东方之冠”后记第一章 展示的基本概念第一节 展示设计是什么第二节 谁是我们的观众一、我来展示，你来体验案例直击上海世博会法国馆二、变被动为互动三、为时间而设计。
不是为地点两设计第三节 展示设计的发展历程一、展示设计简史二、展示设计的趋势第四节 展示是～种艺术第二章 展示设计的方法与流程前期策划我们该做什么？
第一节 创意策划一、项目管理计划二、概念发展过程三、创意的筛选案例直击上海世博会中国馆我们的卖点是什么，要如何表达？
第二节 渲染卖点一、设计的主线二、设计的背景三、怎样正确叙述设计教学案例解析汶川“5·12地震纪念馆”设计方案设计中科学技术的运用第三节 提高科技含量一、科技的作用二、有怎样的新科技第三章 展示要素的专项设计第一节 展示中的视觉传达一、VI系统与导视设计二、平面系统与编排
第二节 “我能触摸到”——展示设计中的台、柜、架一、展架二、展柜三、展台四、护栏、标牌等辅助设施第三节 “我能感受到”——展示设计中的声、光、电一、灯光音效对展示的作用二、如何来控制声、光、电第四节 影像视频与新媒体课题训练学生设计案例解析（一）学生设计案例解析（二）第四章 展示空间的专题设计第一节 商业空间展示一、橱窗展示设计1.橱窗的主要陈列方式2，让我来为您设计3.思维设计训练即时训练课程训练小贴士：橱窗设计二、卖场空间陈列展示第二节 博物馆展示与陈列经典案例解析苏州博物馆第五章 提升你的实战能力第一节 主题思维的骨架——构思一、灵感来源案例直击戴姆勒-克莱斯勒公司车展展示设计二、选择一个主题或概念案例直击戴姆勒-克莱斯勒公司户外展台三、整合收集的资料四、聚焦关键要素第二节 核心——表达一、手稿图册二、绘制三、实作模型训练案例直击奥西公司在杜塞尔多夫国际印刷及纸制品博览会上的展台学生设计案例解析（一）学生设计案例解析（二）第三节 实体一技术与实施一、逾越沟壑二、修改三、设计的拓展与完善

<<展示设计>>

第四节 细节-点睛之笔一、筛选创意二、传达你的设计理念教学案例（一）教学案例（二）经典案例解析上海世博会英国馆的整体与细节设计第六章 会展设计的策划与管理第一节 认识会展——会展的基本概念一、会展的广义与狭义概念知识链接世界博览会（一）二、会展的特点三、会展的起源知识链接世界博览会（二）四、会展的类别1.商业展会2.博览会第二节 会展策划——设计的讲述一、展示设计前期策划1.做好市场调查2.编写展示设计文案二、艺术设计策划三、行动路线策划第三节 理念的实现——会展设计方案的实施案例直击上海世博会四川民俗展区（室外场地）竞标方案知识链接世界博览会（三）2.历届世界博览会简表经典案例解析上海世博会中国国家馆“东方之冠”后记

<<展示设计>>

章节摘录

如今，随着展示设计的日趋重要，它已经融入了展示本身，成为了展览、博览会的重要组成部分。

展示最为本质的目的在于突出展示物，让展览更具生动性，更能吸引消费者的关注。

在展示设计上，设计师往往会通过一定的思路，将展示通过各种引导手段，划分为几个步骤，让参观者自然而然地随着设计师的步调来进行参观。

展示设计可以对_个故事结构进行延伸，比如迪斯尼乐园中的城堡设计就是以迪斯尼出品的不同动画故事为蓝本进行的设计；也可以以时间为主题，这样的设计往往被运用于一些历史博物馆设计或是一些品牌展示设计中；再就是按照体系、类别进行设计，在我们日常生活中的商场、超市的规划、展示设计中，往往采用这种形式。

二、设计的背景 对于展示设计师而言，一般会面对两种不同的情况。

一种是对一个已经存在的建筑或是空间进行展示设计，用自己的创意来武装这个空间，另一种就是对一个在建的或是一个还未形成的空间进行展示设计。

这两种情况下，设计师肯定都更愿意接受后者。

因为对于一个还未存在的空间，设计师可以更多地用自己的创意、自己的思维来影响这个空间。

<<展示设计>>

编辑推荐

《展示设计》均以国内艺术与设计专业的一线教育专家为主力作者，充分契合艺术与设计教育改革的需要，致力于培育能够与设计产业无缝对接的人才，在结构上以教材的学术性、系统性为基础。综合了教辅书的功能性与实用性，以及工具书信息量庞大的优势，对传统教材的编写体例与要求进行大幅度改革，将20%的传统教学内容、30%的最新教育理念和50%的经典案例解析与设计项目实训完美融合。

<<展示设计>>

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>