

<<产品塑造学>>

图书基本信息

书名：<<产品塑造学>>

13位ISBN编号：9787111099581

10位ISBN编号：7111099583

出版时间：2002-7

出版时间：机械工业出版社

作者：关阳，刘宏伟 编著

页数：119

字数：193000

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>

## <<产品塑造学>>

### 内容概要

本书为普通高等教育机电类规划教材，是国内系统讲述产品立体形态塑造的著作，主要讲述产品塑造学基本概念、基本理论和方法、基本训练过程、产品塑造学与其它相关课程的关系，通过举例说明的教学形式，讲解产品塑造的基本思维方式、基本技法和技能，指导学生按所规定的产品塑造程序，由简到繁、由易到难地展开产品塑造教学训练，以立体空间形象塑造为主要教学目标，为学生形成自己的设计风格并为专业发展打下良好的基础。

其主要内容为：塑造的基本知识、基本形态塑造、产品形态的塑造、商业空间塑造和娱乐设计。

为方便教学与学习，本书配套图片光盘一张。

本书可作为工科工业设计专业、相关艺术设计专业本科生的教材，也可供设计类相关专业及从事产品设计、装饰设计和娱乐设计的设计人员学习参考。

书籍目录

前言第一章 产品塑造学基本知识 第一节 产品塑造与传统雕塑的对比 第二节 产品塑造基本知识第二章 基本形态塑造 第一节 形态塑造的内容 第二节 基本形态的临摹 第三节 水果、植物的形态塑造 第四节 海品、动物的形态塑造 第五节 形态变化的塑造与木雕作品 第六节 其它的形态塑造作品第三章 产品形态的塑造 第一节 产品仿生设计塑造 第二节 仿生设计与工业设计的关系 第三节 柯拉尼的仿生设计 第四节 仿生产品设计塑造实例 第五节 美国耐克公司产品设计 第六节 工业设计 第七节 日本工业设计第四章 商业空间塑造 第一节 企业识别的立体塑造 第二节 环境艺术塑造 第三节 人物雕塑第五章 娱乐设计 第一节 娱乐设计的概念 第二节 迪斯尼公司的娱乐设计参考文献

#### 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>