

<<标志设计>>

图书基本信息

书名：<<标志设计>>

13位ISBN编号：9787515308326

10位ISBN编号：751530832X

出版时间：2012-7

出版时间：中国青年出版社

作者：李文辉 等编著

页数：141

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>

<<标志设计>>

内容概要

本书分为七个章节，分别介绍了标志的基本知识，标志的分类和构成，标志的设计程序、设计原则、设计内容、设计技法及标志的专项应用等知识。

作者在讲解标志设计理论的过程中结合了大量的经典案例和优秀的标志作品，使抽象的理论变得生动而具体。

这是一本非常适合艺术专业学生的入门教程，也可作为专业设计人士的参考资料。

<<标志设计>>

书籍目录

CHAPTER 1 标志概述

1.1 标志设计的教与学

1.1.1 标志设计的教学方法

1.1.2 标志设计的学习方法

1.2 标志的定义

1.3 标志设计的起源于发展

1.3.1 中国标志的历史

1.3.2 外国标志的历史

1.4 标志的价值

1.5 标志的功能

1.5.1 区别同类产品的不同企业

1.5.2 区别同一企业的不同产品

1.5.3 宣传企业产品及广告理念

1.5.4 美化产品, 塑造品牌

1.5.5 应对国际化交流

CHAPTER 2 标志的分类和构成

2.1 标志在用途上的分类

2.1.1 国家和国际组织机构标志

2.1.2 公共信息标志

2.1.3 品牌标志

2.2 标志的构成元素

2.2.1 图形元素

2.2.2 文字元素

2.2.3 色彩元素

CHAPTER 3 标志的设计程序

3.1 调查研究阶段

3.1.1 了解企业

3.1.2 分析企业的产品

3.1.3 调查消费群体

3.1.4 整理调查方案

3.2 设计构思阶段

3.2.1 创意与思维的结合

3.2.2 创意的初步实现

3.3 制作阶段

3.3.1 绘制草图阶段

3.3.2 深化阶段

3.3.3 正稿制作阶段

3.3.4 推广验证阶段

CHAPTER 4 标志的设计原则和设计禁忌

4.1 视觉传播中的标志设计

4.1.1 标志的符号学意义

4.1.2 标志的传播途径

4.2 标志的设计原则

4.2.1 明确设计对象、适用范畴、相关法规及受众的社会心理

4.2.2 凝练、美观, 力求单纯、有效地传递信息

<<标志设计>>

4.2.3 具有鲜明的形象性、艺术性和共识性

4.2.4 易于制作和展示, 适于不同视觉环境

4.2.5 新颖、独特, 表意准确, 具有持久性及延展性

4.3 标志的设计禁忌

4.3.1 标志设计中的文字禁忌

4.3.2 标志设计中的数字禁忌

4.3.3 标志设计中的色彩禁忌

4.3.4 标志设计中的图形禁忌

4.4 标志设计相关法规知识

CHAPTER 5 标志设计的内容

5.1 标志的文字设计

5.1.1 标志设计中的西方文字

5.1.2 标志设计中的东方文字

5.1.3 文字的变形与组合

5.2 标志的图形设计

5.2.1 图形象征形象的运用

5.2.2 图形与文字的结合

5.3 标志的创意

5.3.1 标志的创意灵感来源

5.3.2 标志的文字创意

5.3.3 标志的图形创意

5.4 标志的色彩运用

5.4.1 标志色彩的功能

5.4.2 色彩的感觉与联想

5.4.3 色彩与形状的关系

5.4.4 标准色

5.4.5 标志色彩的环境应用

CHAPTER 6 标志的设计技法

6.1 标志设计技法基础

6.1.1 设计形态

6.1.2 规范设计

6.2 标志设计要求

6.2.1 造型简单

6.2.2 视觉醒目

6.2.3 适应各种尺寸

6.2.4 准确传达信息

6.2.5 具有鲜明特征

6.2.6 避免过于特殊的设计

6.3 标志设计形式手法

6.3.1 对比与反复

6.3.2 渐变与突破

6.3.3 对称与均衡

6.3.4 重叠与镶嵌

6.3.5 反衬与借用

6.3.6 立体与装饰

CHAPTER 7 标志设计的专项应用

7.1 行政组织、社会活动类标志

<<标志设计>>

- 7.1.1 标志的种类
- 7.1.2 行政标志的设计原则
- 7.1.3 行政标志的设计表现
- 7.2 企业标志
 - 7.2.1 企业标志的种类
 - 7.2.2 企业标志的设计原则
 - 7.2.3 企业标志的设计表现
- 7.3 品牌标志
 - 7.3.1 品牌标志的种类
 - 7.3.2 品牌标志的设计原则
 - 7.3.3 品牌标志的设计表现
- 7.4 公共标志
 - 7.4.1 公共标志的种类
 - 7.4.2 公共标志的设计原则
 - 7.4.3 公共标志的设计表现
- 附录 中华人民共和国商标法
 - 第一章 总则
 - 第二章 商标注册的申请
 - 第三章 商标注册的审查和核准
 - 第四章 注册商标的续展、转让和使用许可
 - 第五章 注册商标争议的裁定
 - 第六章 商标使用的管理
 - 第七章 注册商标专用权的保护
- 附则

章节摘录

在平面设计中，标志设计是一个极为重要的课题。

它能够展现一名设计师的综合能力，衡量一个创作团队的专业水准。

标志设计无论在教学还是在应用方面，涉及的领域都非常广泛，遍及我们日常生活的各个角落。

标志是一种具有象征意义的艺术设计，是一门关于形象的艺术语言。

它代表着某一特定的事物，并通过图形符号或者具象实物传达一种文化，表现一种精神，这是以具象表现抽象的方式。

例如中国的陶瓷或者唐装旗袍，已经成为一种文化的符号象征；中华人民共和国国徽，由天安门城楼与麦穗等象征图形构成。

与广告设计相同，标志也可简单概括为商业性与非商业性两大类。

所谓商业性的标志，即以营利为目的，关乎经济民生类型的标志；而非商业性的标志，则是不以经济回报为目的，而是以发展社会人文事业等为首要目的，具有非营利性的标志。

.....

编辑推荐

在平面设计中，标志设计是一个极为重要的课题。它能够展现一名设计师的综合能力，衡量一个创作团队的专业水准。

标志设计与其他传统艺术课程有着较大区别，它是一门融入现代社会的课程，需要走在时尚前沿，紧跟时代潮流。

《中国高等院校“十二五”精品课程规划教材：标志设计》正是这样一本在现代社会经济形势下来把控标志的艺术设计形式的书，其中融汇了大量经典案例和标志设计作品供读者赏析，其含量之丰富足以令读者对这门艺术产生浓厚兴趣并沉浸其中。

走在标志设计前沿，诠释标志设计理念，贯穿经典标志案例，融汇精美标志图案。

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>