

<<现代展示设计与实训>>

图书基本信息

书名：<<现代展示设计与实训>>

13位ISBN编号：9787531443643

10位ISBN编号：7531443643

出版时间：2009-8

出版时间：辽宁美术

作者：李赛飞//肖剑//李禹

页数：94

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>

<<现代展示设计与实训>>

前言

当我们把美术院校所进行的美术教育当做当代文化景观的一部分时,就不难发现,美术教育如果也能呈现或继续保持良性发展的话,则非要“约束”和“开放”并行不可。所谓约束,指的是从经典出发再造经典,而不是一味地兼收并蓄;开放,则意味着学习研究所必须具备的眼界和姿态。

这看似矛盾的两面,其实一起推动着我们的美术教育向着良性和深入演化发展。

这里,我们所说的美术教育其实有两个方面的含义:其一,技能的承袭和创造,这可以说是我国现有的教育体制和教学内容的主要部分;其二,则是建立在美学意义上对所谓艺术人生的把握和度量,在学习艺术的规律性技能的同时获得思维的解放,在思维解放的同时求得空前的创造力。

由于众所周知的原因,我们的教育往往以前者为主,这并没有错,只是我们更需要做的一方面是将技能性课程进行系统化、当代化的转换;另一方面需要将艺术思维、设计理念等这些由“虚”而“实”体现艺术教育的精髓的东西,融入我们的日常教学和艺术体验之中。

在本套丛书实施以前,出于对美术教育和学生负责的考虑,我们做了一些调查,从中发现,那些内容简单、资料匮乏的图书与少量新颖但专业却难成系统的图书共同占据了学生的阅读视野。

而且有意思的是,同一个教师在同一个专业所上的同一门课中,所选用的教材也是五花八门、良莠不齐,由于教师的教学意图难以通过书面教材得以彻底贯彻,因而直接影响到教学质量。

<<现代展示设计与实训>>

内容概要

本书在编写的过程中，针对设计类本科院校以及艺术类高职高专等学生的知识基本点。结合自身教学实践的经验，同时借鉴同类书刊的一些观点，在内容上做到尽可能的全面，书中不但系统地介绍了展示设计的原理、展示设计的法则、展示设计的构成、展示设计的分类，同时还收集了大量的国内外展示实际案例图片供学生参考，以便扩展展示设计思路。

<<现代展示设计与实训>>

书籍目录

序第一章 展示设计概论 第一节 什么是展示设计 第二节 展示的本质 第三节 展示的特征 第四节 展示设计的种类 第五节 展示设计的演变及发展价值第二章 如何做展示设计 第一节 概述 第二节 展示设计的前期准备 第三节 展示方案的创意 第四节 展示的工程实施第三章 展示设计的空间 第一节 展示设计的空间形式 第二节 展示空间设计的平面规划 第三节 展示立面空间设计 第四节 展示空间的艺术处理手法第四章 展示设计的照明表现 第一节 照明的形式 第二节 照明的种类 第三节 灯具和光源 第四节 照明设计常用的处理手法第五章 展示设计的表现技法 第一节 展示设计的图纸应用 第二节 透视效果图 第三节 展示模型的设计与制作 第四节 计算机辅助设计第六章 展示环境设计分类 第一节 商业展示 第二节 产品展示设计 第三节 博物馆展示设计 第四节 虚拟展示设计后记

章节摘录

四、了解市场动态 市场调查对于任何设计活动都是必要的。

通过市场调查,设计者可以了解同类展示活动的形式和应用技术,目标观众对一般展示活动的认同感及对展示活动效果的评价,分析影响展示效果的各种因素,掌握展示活动中使用电动、电子、光电和其他技术产品的各种参数、市场价格及厂家。

通过调查还可以对客户的主要竞争对手及其产品形象进行了解,在市场竞争中做到“知己知彼”,保证设计具有丰富的第一手资料。

调查可以从以下几方面展示: 1.对三个以上的同类展示活动进行分析; 2.对目标观众进行问卷式调查; 3.对展示设备、材料做市场调查; 4.对主要竞争者情况进行调查。

五、索取相关资料 除了必要的调查,设计最重要的就是索取相关资料,如客户的文字、图片介绍,展示现场的建筑图纸等。

对以上收集的资料进行加工整理,并以报告的形式总结出来,设计前期的准备工作也就基本就绪。

<<现代展示设计与实训>>

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>