

<<VIS设计新风貌>>

图书基本信息

书名：<<VIS设计新风貌>>

13位ISBN编号：9787536654129

10位ISBN编号：753665412X

出版时间：2003-1

出版时间：重庆出版社

作者：李巍

页数：91

字数：30000

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>

<<VIS设计新风貌>>

内容概要

追求一不定期的理论层面和深度是系列丛书把握的重点，展示适量的当今世界优秀的设计成功范例也是系列丛书把握的另一个要点，目的在于用生动直观的形象论证书中所表述的观念和观点，同时也能集中地展某些特定历史时期和某些最新创意表现的风貌，给读者直观的视觉感受，留下一个品味思索的空间。

文化内涵是设计的生命力所在，处于发展相对滞后的中国设计产业和设计教育更需要文化的滋泣、理论的武装、观念的交流，只有这样，我们才能大步跟上时代的步伐，借助我们自身的传统文化优势，使我国的设计文化在21世纪展现一个全新的面貌。

<<VIS设计新风貌>>

作者简介

李巍，1938年生，江苏连云港市人，现为四川美术学院设计艺术系教授，享受国务院特殊津贴的高级专家，中国广告协会学术委员会委员，中国企业联合会广告主工作委员会专家，重庆市企业形象战略（CI）专家团专家。

曾任中国广告函授学院副院长，第四届全国优秀广告展评选委

<<VIS设计新风貌>>

书籍目录

目录 可口可乐成功的启示(代前言) 一. CIS: 形象制胜战略 1. CIS—历史的轨迹 2. 营销美学的力量 3. 通过审美设计创造识别形象 二. 企业视觉识别系统(VIS)审美设计 1. VIS审美设计的形象价值 2. VIS审美设计的美学原则 3. VIS审美设计原则与基本内容 三. VIS基本要素的审美设计 1. 通向社会大众心灵的桥梁——企业标志设计 2. 视听同步的双向载体——企业标准字设计 3. 一道诱人的彩虹——企业标准色设计 4. 企业的友好使者——企业造型设计 5. 丰富视觉节奏的美妙伴音——象征图形设计 6. 在纷杂之中脱颖而出——版面编排模式 后记

<<VIS设计新风貌>>

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>