

<<企业形象设计>>

图书基本信息

书名：<<企业形象设计>>

13位ISBN编号：9787806855287

10位ISBN编号：7806855289

出版时间：2006-1

出版时间：上海画报出版社

作者：吴国欣

页数：137

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>

## <<企业形象设计>>

### 内容概要

本教材广泛吸取了已出版的有关CI设计教材图书的论述和观点，并在所取转界和同仁意见的基础上，全面系统地对有关CI设计的各个方面进行了阐述。

本教材以国内外最新的图例和案例进行分析，深入浅出，图文并茂，使读者易读易懂。

特别在图例选择中改变了同类教材中以平面为住的企业形象设计介绍，而以平面（二维—）、空间（三维）、动态（四维）等三方面进行综合介绍，体现了本教材的时代性和实用性。

本教材内容结构包括概述（CI的起源、价值、范畴、趋势等）、企业形象设计、企业形象设计的原则、企业形象设计的程序、企业形象设计的导入与实施、优秀企业形象设计案例等版块。

此外，编入附录部分的“企业形象设计体验教学进程表”，具有一定的操作性和实用价值。

本教材作者为同济大学教材、硕士研究生，并担任国家教育部本科教学工作水平评估专家。

起从事艺术设计教材和研究工作愈二十年，曾出版多部艺术设计类的教材图书。

## <<企业形象设计>>

### 作者简介

吴国欣，1953年10生于上海。

毕业于中央工艺美术学院。

现任同济大学教授、硕士研究生导师、建筑与城市规划学院艺术设计系副主任、教育部艺术类专业教学指导委员会委员、教育部本科教学工作水平评估专家。

1982年开始从事艺术设计、工业设计专业视觉传达设计方向的教

## <<企业形象设计>>

### 书籍目录

第一章 概述 一 CI的起源 二 CI的价值 三 CI的范畴 四 CI的趋势第二章 企业形象设计 一 企业形象 二 企业形象设计第三章 企业形象设计的原则 一 个性化原则 二 民族化原则 三 社会化原则 四 标准化原则第四章 企业形象设计的程序 一 标志设计 二 标准字体设计 三 标准色设计 四 象征图形设计 五 组合关系的规范 六 应用系统的开发第五章 企业形象设计的导入与实施 一 企业形象导入的基本程序 二 企业形象实施的操作管理第六章 优秀企业形象设计案例附录 一 VI具体应用参考项目 二 企业形象设计课程教学进度表后记参考书目

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>