

## <<VI设计教程>>

### 图书基本信息

书名：<<VI设计教程>>

13位ISBN编号：9787807460978

10位ISBN编号：7807460970

出版时间：2009-6

出版时间：广西美术出版社

作者：喻湘龙 等编著

页数：127

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>

## &lt;&lt;VI设计教程&gt;&gt;

## 内容概要

本书广泛吸取了已出版的有关VI设计教材图书的论述和观点，并在多年实践教学基础上，从更新教学理念和完善教学方法入手，紧密地结合市场，研究市场规律，对课程的教学内容和教学体系进行了更为系统和科学的更新与重构，突出课程本身的实践性与创造性，形成灵活的教学模式，加强开发学生理论与实践相结合的，创造性思维能力与动手操作能力并重的综合设计素质。

本教材重点内容分为三大部分：标志设计：主要论述标志的历史演变、发展趋势、分类、设计规则、设计方法等理论知识。

着重结合实际范例进行课堂分析讲评，对学生作业进行集体讲评和研讨；VI基础部分设计：遵循统一、规范的原则进行VI基础部分设计与开发：标准字体表现方式及设计步骤、标志与字体的组合，标志及标准字体的制作，标准色、辅助色的开发，企业造型与辅助图形设计。

规范完成VI基础部分内容，对于各项基础项目视觉美感形成整体把握，为应用部分设计打好坚实基础。

本书为高等学校的设计教材，收集编著者多年教学经验成果，理论与实践相结合，注重课堂实施效果，加强实践环节，同时每章节后附以思考练习，能有效地推进学生创造思维能力的培养。

本教材重点内容分为标志设计、VI基础部分设计、VI应用部分设计三大部分。

本书也可选作平面设计、环境艺术设计、广告设计等艺术类专业本科生、硕士生选修课的教材或参考用书。

## <<VI设计教程>>

### 书籍目录

第一课 VI设计概述 第一讲 CI的含义及特征 第二讲 VI设计的起源和发展 第三讲 VI设计功能的导入  
第四讲 VI设计的导入时机及流程 第二课 标志设计 第一讲 标志设计概述 第二讲 标志的创意思维形式  
及设计要求 第三讲 标志设计的表现形式 第四讲 标志的设计手法 第五讲 现代标志设计与传统图形艺术  
的结合 第三课 企业VI设计基础部分 第一讲 标准字体设计基本理论 第二讲 标准字体的表现及设计  
步骤 第四讲 标准色、辅助色 第五讲 企业造型与辅助图形设计 第四课 企业VI设计应用部分 第一讲 VI  
应用部分系统概况 第二讲 办公事务系统 第三讲 环境指示系统 第四讲 展示系统 第五讲 交通运输系  
统 第六讲 企业服饰系统 第七讲 产品包装系统 第八讲 广告系统 第五课 编制VI设计手册 第一讲 VI设  
计手册编制的形式与内容 第二讲 VI设计手册的编排设计

## 章节摘录

第一课 VI设计概述 第三讲 VI设计功能的导入 导入VI设计能帮助企业站在系统的高度上进行整合,透过视觉符号的系统化设计来传达品牌的精神与理念,促进品牌形象的建立和统一,提升企业形象整体竞争力。

企业可以通过VI设计对内征得员工的认同感、归属感,加强企业凝聚力,对外树立企业的整体形象,资源整合,有控制地将企业的信息传达给受众,通过视觉符码,不断地强化受众的意识,从而获得认同。

因此,我们在对待VI设计时,不只是设计,还需要对公司的文化基因进行精确的提炼,对企业的战略、经营、管理、企业文化、价值观等进行掌握和理解,达成高度的一致,再转化为最恰当的视觉语言进行有效的传递,使品牌最终形成独特的视觉差异化,真正实现品牌的价值。

企业实施导入VI设计,往往能使企业组织在各方面发生积极性的变化,从而综合作用于企业的相关组织和个人,产生全方位的功效。

概括地说,有如下几个方面的功能: 一、识别功能 VI设计最基本的功能是识别功能:理念识别、行为识别,尤其是视觉识别。

VI设计能够促使企业产品与其他同类产品区别开来。

现代社会商品生活中,各企业的产品品质、性能、外观、促销手段都日趋雷同,唯有企业导入VI设计,树立起特有的、良好的企业形象,从而提高企业产品的非产品质量的竞争力,才能在市场竞争中脱颖而出,独树一帜,取得独一无二的市场定位,最终在消费者心中取得一致认同,建立起品牌的偏好和信心。

#### 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>