

<<商标广告设计与VIS>>

图书基本信息

书名：<<商标广告设计与VIS>>

13位ISBN编号：9787811053555

10位ISBN编号：7811053551

出版时间：1970-1

出版时间：中南大学出版社

作者：陈永雄 张龙德 苏米

页数：130

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>

## <<商标广告设计与VIS>>

### 内容概要

标志、商标、VIS设计是艺术化的手段，是物化创意、构思，创造凝聚所要传达的信息的具体视觉形象的活动过程。

它的核心内容包括两个方面：一方面，设计是一种有主旨的构思、思维和创意，这种构思、思维、创意，通过具体的视觉方式来表达，形成标志、商标和VIS；另一方面，它又包括视觉表达的技法和规律，如色彩、点、线、面、空间和立体。

前者赋予启发性的思维训练，而后者富寓实际操作性，尤其现代标志、商标、VIS更具高度的应用性。

《商标广告设计与VIS》是为广告类、传播类、设计类、营销类专业中的商标设计、CIS设计、会展设计配套的实践教程。

具体而言，它适用于大专院校中与广告设计相关的专业，包括广告学、广告设计、影视广告设计、艺术设计（平面设计、视觉传达）、动画、广告传播与策划、视觉传达设计、电脑艺术设计、装潢艺术设计、大众传播与广告策划、广告策划创意、出版印刷、公共传播、网络传播和营销、媒介创意、会展设计和市场营销等专业。

## <<商标广告设计与VIS>>

### 书籍目录

课程综述 / 7实验项目设计一览表说明 / 2实验1 标志设计 / 61.1 标记、标识和标志 / 61.2 标志的类型与设计 / 7实验2 文字型商标设计 / 202.1 商标概述 / 202.2 商标设计分类 / 272.3 商标名称设计 / 23实验3 几何型商标设计 / 353.1 标图形设计 / 353.2 商标图形设计题材 / 363.3 商标图形设计的独创性 / 39实验4 自然型商标设计 / 464.1 自然型商标中的文化因素 / 464.2 自然型商标中的商品因素 / 474.3 商标图形的禁忌 / 49实验5 组合型商标设计 / 565.1 什么是组合型商标 / 565.2 组合型商标设计 / 57实验6 统一商标与分商标 / 646.1 统一商标 / 646.2 统分商标 / 646.3 统一商标与分商标 / 656.4 统一商标、分商标和联合商标中的主商标、从商标 / 656.5 统一商标与分商标设计实例 / 66实验7 联合商标、备用商标和防御商标设计 / 757.1 商标的防卫与储备 / 757.2 联合商标 / 757.3 备用商标 / 767.4 防御商标 / 76实验8 立体商标设计 / 808.1 立体商标的基本概念 / 808.2 立体商标实例 / 878.3 立体商标的三维视图 / 828.4 立体商标的设计方法与步骤 / 83实验9 VIS设计 / 909.1 VIS概述 / 909.2 VI与CI、MI、BI关系 / 979.3 VI开发流程 / 939.4 企业VIS基本设计系统 / 939.5 企业VI应用设计系统 (参见VIS设计应用系统图例) / 107商标设计案例赏析 / 119参考文献 / 129后 记 / 130

#### 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>