

<<包装设计>>

图书基本信息

书名：<<包装设计>>

13位ISBN编号：9787811059175

10位ISBN编号：7811059177

出版时间：2009-6

出版时间：中南大学出版社

作者：易中华 编

页数：120

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>

前言

当前,我国的高职艺术设计教育正处于蓬勃发展阶段,也正处于总结经验、更新观念、锐意改革、形成具有中国特色的高职艺术设计教育体系的关键时期。

高职艺术设计教育体系形成的关键在于工学结合人才培养模式的构建,人才培养模式的实现和教学质量的提高关键在于课程改革与创新,而课程改革的关键又在于教材的建设与创新。

所以,相关的高职院校都十分重视艺术设计专业教材的建设。

目前的高职艺术设计类专业教材体系庞杂,品种繁多,其中虽有一些较高质量的教材,但冷静观之,也存在不少的问题:一方面,艺术设计专业教材缺乏细分,高职教育与普通本科专业教材共用,抹杀了高职技能型教育与普通本科学科型教育的本质区别,艺术设计专业教材似乎成了“万能教材”

。另一方面,不少高职艺术设计类专业教材去口又存在着明显的“四个脱节”: 一是教材体系与高职类型特征的脱节。

高职教育的本质特征在于其职业性、实践性、开放性,工学结合是高职人才培养的根本途径,但在很多高职艺术设计专业教材中很难看到这种典型特征的充分体现。

二是理论教学与实践教学内容的脱节。

高职艺术设计专业教材最初多由本科教材脱胎而来,基本上成为本科教材的压缩版,理论内容多而实践操作内容少。

后来又由于对高职技能型人才培养特征的强调,很多实训教材纷纷面世,把某一门课程的理论教学与实践教学内容人为地割裂开来,造成了理论教学与实践教学内容的脱节,如此一来,势必形成一门课程有一本理论教材与一本实训教材共存的局面,这与高职教育强调“教、学、做合一”、理实一体化的教学理念是不相符的。

<<包装设计>>

内容概要

一、关于本书 本书以培养应用型人才为目的,注重设计与市场的结合、设计思维和分析能力的训练,以及设计定位的把握,教学目标确立在学生综合应用能力的培养上,重点突出实践,以期在短时间内,通过理论讲授与实训实践,帮助学生掌握包装设计的基础理论和基本技巧,具备基本设计能力。其核心不是要求学生以刻意追求表现为目的的包装设计,而是要求学生养成正确的创作思维观。同时内容上具有弹性空间,可以根据各自学校教学计划、学生的能力及教学经验,将教学单元与内容进行适度的增减与调整,使之更符合现实教学需要,以期顺利达到包装设计教学目标。

二、本书结构 本书基本内容的设定,着力于突出市场与设计、理论与实践的结合,分为5个教学单元进行教学,总体结构如下: 第1章包装设计概述。介绍了包装的概念、包装的功能与作用、包装的分类、包装的演变与发展、包装设计的发展因素等内容。

第2章包装的设计。

介绍了包装设计定位和程序、包装设计构成要素、包装设计构思与表现、良好的包装应具备的特点等内容。

第3章包装容器与结构设计。

介绍了包装的容器设计、包装结构设计、纸包装结构设计等内容。

第4章包装的印刷与工艺。

介绍了印刷的种类、印刷的要素、印刷工艺流程、印刷加工工艺、印前电脑制作等内容。

第5章包装设计实践。

介绍了概念性包装设计、手提袋设计、系列包装设计等内容 每章开头对本章课程目标、教学的重点难点、教学课时作了说明,结尾有思考题和实训,对实训的项目也作了详细说明、提出了具体要求,并有实训范例供学生作为实训参考。

二、本书特点 特点1:结构上划分为五个内容不同又相互衔接的教学单元进行教学,介绍包装设计的专业范围、基本原理和内容,包装设计所涉及的专业知识和技能、学习方法和设计手段以及包装设计印刷。

在此基础上,概括地介绍包装设计的基本流程、定位、创意策略和操作方法以及印前电脑处理,非常重视包装设计要素准确表达商品信息和包装造型平面图、立体效果图的表现和绘制,对于各种包装设计的技巧性进行了适度挖掘。

同时,将基本概念进行清晰解读,将理论与实际紧密结合,通过大量的实例,生动形象地进行教学引导,希望学生能够借此教程掌握包装的一般规律和设计方法,通过针对性单元思考与训练,培养和建立包装设计的基本意识和观念,具备一定的动手设计能力。

特点2:内容上涵盖了包装设计课程的基本知识与技能点,在理论知识与设计实践方面进行了较好的结合。

由市场调查到设计定位再到设计提案,由案例分析到设计讨论,由理论到实践再到技巧发挥。

注重理性分析,注重原创表现,注重实践能力培养,反对设计中一贯存在的公式化、形式化和概念化,坚持设计与市场、理论与实践相结合的教学方针,以期准确有效地提高学生设计素质,培养成为实用型设计人才。

特点3:编排上由浅及深,由理论到实践,从包装的结构、材质、视觉元素等不同角度阐释包装设计应关注的基本知识与技能点,并提供对包装设计学习的途径和方法,加重实践部分的内容,需要学生掌握的同时体会包装设计的综合性,了解方法的多样性,在未来的创作中能够将所学、所见自然地转化到实践中,将设计素质培养、思维引导作为教学的重点。

特点4:语言上通俗流畅,力求将理论知识通过平实的文字表述清晰明了,使学生易于接受。

四、本书适用对象 本书可供高等院校艺术设计类专业、美术类专业等作为教材或教学参考书,也适合作为广大大包装设计与管理 人员的培训教材,对自学者亦有重要的参考价值。

<<包装设计>>

书籍目录

第1章 包装设计概述 1.1 包装的概念 1.2 包装的功能与作用 1.3 包装的分类 1.4 包装的演变与发展 1.5 包装设计的发展因素第2章 包装的设计 2.1 包装设计程序和定位 2.2 包装设计构成要素 2.3 包装设计构思与表现第3章 包装容器与结构设计 3.1 包装容器设计 3.2 包装结构设计第4章 包装的印刷与工艺 4.1 印刷的种类 4.2 印刷的要素 4.3 印刷工艺流程 4.4 印刷加工工艺 4.5 制版稿制作基本要求第5章 包装设计实践 5.1 概念性包装设计 5.2 手提袋设计 5.3 系列化包装设计参考文献

<<包装设计>>

章节摘录

包装设计的原则是科学、经济、牢固、美观、适销，这不是凭空产生的，而是根据包装设计的规律总结出来的科学原则。

1.科学 科学是指包装设计必须首先考虑包装的功能，符合人们日常生产与生活的需要，同时还要符合广大消费者健康的审美观和风俗爱好，但也不能单纯地强调功能而忽视其他方面。准确传达产品信息才是销售的目的，要准确地传达产品信息也要注意包装的适度化，掩盖或夸大产品的质量、功能等都是失败的包装。

(图1-3) 2.经济 经济是要求包装设计必须符合现代先进的工业生产水平，做到以最少的财力、物力、人力和时间来获得最大的经济效果。

这就要求我们的包装设计有利于机械化的大批量生产；有利于自动化的操作和管理；有利于降低材料消耗和节约能源有利于提高工作效率；有利于保护产品、方便运输、扩大销售、使用维修、储存堆放等各个流动环节。

所有这一切都是经济原则所包含的内容。

(图1-4) 3.牢固 牢固是要求包装设计保护产品安全，不能使产品在各种流通环节上损坏、污染或被偷窃。

这就要求对被包装物要进行科学的分析，采用合理的包装方法和材料，并进行可靠的结构设计，甚至要进行一些特殊的处理。

例如，集装箱的底部木板就必须进行特殊的杀菌、杀虫处理等。

(图1-5) 4.美观 包装设计必须在功能与物质和技术允许的条件下，为被包装的产品创造出生动、完美、健康、和谐的造型设计与装潢设计，从而激发人们的购买欲望，美化人们的生活，培养人们健康、高尚的审美情趣。

美观还直接来自包装的造型、色彩、图案、材质的感觉，这是一种综合性的心理效应，与个人以及个人生活的环境有密切关系。

以色彩来说，女性大部分都喜欢白色、红色、粉红色，男性喜欢庄重严肃的黑色，中国人喜欢红色、美国人喜欢黄色、阿拉伯人喜欢绿色等，又如我们国家的回族喜欢白色、维吾尔族则对黑色有所偏爱、苗族又青睐蓝色等。

(图1-6) 5.适销 科学、经济、牢固、美观是围绕包装功能下工夫，要使产品适合销售，还要注意引人注目、易于辨认、具有好感、恰如其分几个基本要求，它们的关系是相互制约、相互联系的。

只有充分考虑各因素，让它们在设计和生产过程中协调一致，才能使包装在各个方面都表现出既富有创造性的设计思想，又能更好地为生产、生活服务，发挥包装设计艺术性和实用性双重功效。

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>