第一图书网, tushu007.com

<<商业实用美术>>

图书基本信息

书名：<<商业实用美术>>

13位ISBN编号：9787040110210

10位ISBN编号：7040110210

出版时间：2002-7

出版时间：高等教育出版社

作者：张祖健 等编

页数：62

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

第一图书网, tushu007.com

<<商业实用美术>>

前言

《商业实用美术》中等职业教育商品经营专业国家规划系列教材之一。

《商业实用美术》的内容为中级商业营销人员所必备的专业知识，从职业技术培训这一角度对学生进行美育、德育教育。

全书共分为教学部分和实践部分。

教学部分包括商业实用美术基础知识、商业平面广告设计和商品展示与购物环境的塑造，以及商品包装设计内容，其中商品包装设计可作为选学内容；实践部分将所学内容用于实践，突出应用性。

教材内容体现“理论指导实践”的思路，贯彻“以能力为本”的教学原则。

教材精心挑选了国内外优秀广告设计作品、优秀商场环境设计作品作为理论知识教学的辅助，教材的直观性大大提高，也便于学生自学。

本教材由国家级重点职业技术学校——上海市东辉职业技术学校副校长丁礼钦、上海大学广告学系系主任张祖健教授任主编，由上海市东辉职业技术学校商业专业教师潘莉慧编写。

本书由全国中等职业教育教材审定委员会审定，由中国人民大学万融教授任责任主审，北京工商大学祁聿民教授、王章旺副教授审稿。

在编写过程中得到了东辉职业技术学校副校长张宝民老师、《商品广告和陈列》教材主编陈强老师的大力支持。

由于学识所限，书中如有不当和疏漏之处，恳请读者不吝指正。

第一图书网, tushu007.com

<<商业实用美术>>

内容概要

本书是中等职业教育商品经营专业国家规划教材。
内容包括商业实用美术基础知识、商业平面广告设计、商品展示与购物环境的塑造、商品包装设计等。
本书注重实践教学，附有实践部分，对商业实用美术设计提出训练要求。
本书可作为中等职业学校商品经营及相关专业教材，也可供在职人员学习使用。

第一图书网, tushu007.com

<<商业实用美术>>

书籍目录

第1章 商业实用美术基础知识　第一节 商业实用美术概述　　一、实用美术的研究对象　　二、商业实用美术的目的和特点　　三、实用美术在商业活动中的运用　第二节 商业美术字基础知识　　一、美术字的设计原则　　二、美术字的种类及特征　　三、美术字的书写步骤　第三节 商业图形基础知识　　一、点的概念、特征及构成　　二、线的概念、特征及构成　　三、面的概念、特征及构成　　四、平面构成的形式　　五、画面的分割　　六、图形的形式美原则　第四节 色彩基础　　一、色彩的三属性　　二、色彩的混和　　三、色彩的配色规律　　四、色彩与心理　　五、广告用色第2章 商业平面广告设计　第一节 商业平面广告概述　　一、平面广告的概念、种类和基本设计 原则　　二、广告法规　　三、《广告法》的规定和要求　第二节 企业形象（CI）设计　　一、企业形象识别系统（CIS）的构成　　二、企业形象的应用　　三、视觉识别（VI）概述　　四、视觉识别（VI）的设计　　五、商标设计　第三节 POP广告设计　　一、POP广告的概念与特点　　二、零售商场的业态与POP广告　　三、POP广告的制作第3章 商品展示与购物环境的塑造　第一节 商品展示概述　一、商品展示的目的　　二、商品展示的意义　第二节 商品展示的形式及方法　　一、商品展示的基本要求及形式法则　　二、商品展示的形式　第三节 购物环境的塑造　　一、商场空间的合理使用　　二、商场布局的方法　　三、商场布局的要求　　四、展示功能与设计第4章 商品包装设计　第一节 常见的包装结构　　一、盒（箱）式结构　　二、罐（桶）式结构　　三、瓶式结构　　四、袋式结构　　五、篮式结构　　六、碗式结构、盘式结构和杯式结构　　七、套式结构　　八、管式结构　　九、泡罩式结构　第二节 包装设计的基本要求　第三节 包装设计中文字、图片以及色彩的运用　　一、文字　　二、图片　　三、色彩　实践模块第5章 商业实用美术基础训练　第一节 商业美术字书写练习　　一、POP字体书写练习　　二、黑体字书写练习　　三、宋体字书写练习　　四、等线字体书写练习　第二节 商业图形设计练习　第三节 色彩设计练习　　一、画一个18色的色环　　二、色彩练习第6章 商业平面广告设计训练　第一节 企业视觉识别（VI）设计　第二节 PoP广告设计第7章 商品展示与购物环境设计　第一节 商品展示模拟训练　第二节 购物环境设计训练　第三节 商品包装设计训练

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

版权页： 插图： 除商场各楼面经营的商品要有特色外，同一楼面的各种商品区域也应一目了然。
以服装商场为例，流行服饰与精品服饰区域分明，同类商品应相对集中，与服饰相关联的商品配置须密切。
不然，消费者仿佛进入迷宫，无法找到自己需求的商品。
5.明确的商品展示范围 商场各柜点商品陈列井井有条、醒目，不仅形成商场整体美观的营销气氛，而且使步入商场的消费者产生愉悦感，能迅速找到所需求的商品。
如果商品陈列超越柜台、货架一定的范围，则造成商场空间视觉混乱，降低在消费者心目中的商品价值，也影响企业的形象。
4.合理的商场照明 商场照明由基准照明、演示照明、装饰照明构成。
如果充分发挥三部分照明作用，就能达到良好的商品展示效果。
商场内局部区域任意增加裸光照明，炽烈、眩目的灯光会令消费者感到不适，既不利于商品展示，又不利于消费者选购。

第一图书网, tushu007.com

<<商业实用美术>>

编辑推荐

《中等职业教育国家规划教材：商业实用美术》的内容为中级商业营销人员所必备的专业知识，从职业技术培训这一角度对学生进行美育、德育教育。
全书共分为教学部分和实践部分。
教学部分包括商业实用美术基础知识、商业平面广告设计和商品展示与购物环境的塑造，以及商品包装设计内容，其中商品包装设计可作为选学内容；实践部分将所学内容用于实践，突出应用性。

第一图书网, tushu007.com

<<商业实用美术>>

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