第一图书网, tushu007.com

<<交互设计赏析>>

图书基本信息

书名：<<交互设计赏析>>

13位ISBN编号：9787040299199

10位ISBN编号：7040299194

出版时间：2010-6

出版时间：唐芸莉 高等教育出版社 (2010-06出版)

作者：唐芸莉 著

页数：134

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

前言

2007年，北京电子科技职业学院被教育部和财政部批准为国家示范性高等职业院校立项建设单位。“多媒体设计与制作”成为学院五个国家级重点建设专业之一。

本专业建设的总体目标是：构建具备多媒体设计与制作“准职业人”素质的人才培养模式，改革课程体系，为北京市多媒体及相关行业培养艺术与技术人才；以多媒体设计与制作专业建设为龙头，带动广告设计、动画设计等艺术设计传媒类专业群的改革，并辐射北京市及周边城市其他艺术设计类相关专业；将学院办成社会、行业真正所需的人才培养与储备基地；提升与延展服务社会、继续教育等功能；开发各类艺术设计项目，开展科技、艺术活动，提供创意设计、制作实现等相关技术服务，将国家对示范校建设的投入，回馈给社会和行业。

我院两年来致力于培养艺术设计高技能人才，教育教学改革坚持不懈，校企深度合作，勇于探索人才培养模式及课程体系建设，建立国家级传媒艺术设计教学团队，专兼职“双师”结构师资队伍趋于成熟。

教师团队通过教学改革，统一思想，转变观念，在一线教学阵地，认真执行人才培养方案制定的原则和标准，教研与科研能力不断提高，本套系列教材就是示范校重点专业建设中的成果。

专业建设与教学改革没有终点，本套系列教材是我们探索过程中的阶段性总结，因此尽管我们努力为之，其中不成熟之处仍在所难免，希望全国相关专业职教同行多提宝贵意见，以利于我们不断完善。

内容概要

交互设计的相关概念及其应用、平面设计赏析、网站设计赏析和多媒体产品设计赏析。《交互设计赏析》通过对大量案例的鉴赏和分析来配合知识讲解，内容循序渐进，使读者在学习的过程中能够理解平面设计、网站设计和多媒体产品设计的审美原则和特点。

《交互设计赏析》内容丰富，图文并茂，每章都提供了学习目标、学习重点、教学建议和学习建议，每节都有结合本章内容的思考和练习，供读者学习参考。

《交互设计赏析》可作为高职高专院校多媒体专业培养高等应用性、技能型人才的教学用书，以及网络企业设计制作人员的专业参考书及培训用书，还可作为网页设计制作爱好者的有益读物。

<<交互设计赏析>>

书籍目录

第1章 初识交互设计1.1 交互就在身边1.2 何谓交互设计1.3 交互设计的目的1.4 交互设计的应用1.4.1 平面设计1.4.2 网站设计1.4.3 多媒体产品设计思考与练习第2章 平面设计赏析2.1 体验2.1.1 城市中的平面视觉2.1.2 平面设计的含义思考与练习2.2 平面设计中的交互2.2.1 信息传递2.2.2 情感沟通2.2.3 用户参与思考与练习2.3 平面设计中的图形2.3.1 了解平面设计的图形语言2.3.2 图形创意思考与练习第3章 网站设计赏析3.1 行业认知3.1.1 你了解网站吗3.1.2 职业要求思考与练习3.2 感受网站风格3.2.1 网站风格是什么3.2.2 简约风格3.2.3 复古风格3.2.4 时尚风格思考与练习3.3 分类赏析3.3.1 网站的分类3.3.2 分类赏析思考与练习3.4 网站交互设计3.4.1 网站交互体验3.4.2 用户体验3.4.3 可用性3.4.4 交互网站欣赏思考与练习3.5 案例比较分析3.5.1 审美原则3.5.2 案例比较分析思考与练习第4章 多媒体产品设计赏析4.1 行业认知4.1.1 多媒体产品4.1.2 职业素质需求思考与练习4.2 多媒体产品交互设计4.2.1 目标用户分析4.2.2 互动元素设计4.2.3 界面交互设计思考与练习4.3 分类赏析4.3.1 电子出版物4.3.2 多媒体课件4.3.3 商业展示光盘思考与练习4.4 案例比较分析4.4.1 审美原则4.4.2 案例分析思考与练习参考书目

章节摘录

插图：现代社会物质生产极大丰富，生活节奏日益加快，人们更关心情感上的需求，精神上的需求。而对于平面设计来说，设计始终是以人为核心的设计，通过文字、图形、色彩、布局等表现方式与观者进行沟通，与观者产生共鸣，在情感互动中使信息准确传达。
与观者的情感互动也是交互设计思想的重要体现，设计中强调观者和作品之间的情感交流，将设计触角伸向人的心灵深处，通过富有隐喻的视觉语言，在设计中赋予更多的意义，增加阅读过程中的愉悦感，让观者心领神会而倍感亲切。
案例1：绝对伏特加平面广告绝对伏特加产自瑞典南部的奥胡斯小镇，20世纪90年代初开始进人美国市场，凭借与用户出色的情感交流，成功地创造了绝对伏特加鲜明的品牌个性，俄罗斯老牌伏特加酒也败在其手下。
绝对伏特加的广告以有特色的瓶子形状展开与自然风光、各色食品、世界城市以及艺术等的同构，塑造了“绝对”有个性和文化感的形象，这种独特而自信的形象也给消费者的内心赋予了自信、高雅的感觉，并使其本身超越了酒的概念，成为文化、个性和品位的象征，通过一句“绝对完美”的广告语使其成为世界经典。
绝对伏特加广告被认为是最经典、最成功的广告案例之一。
广告提供了一个创造品牌特色的途径，这种途径的核心在于其与目标消费者精神层面的沟通。
瑞典绝对伏特加酒的成功提供了在当今商业社会营销决胜的途径，因为，品牌之间的竞争已经不仅在于产品本身的差异和特色，更在于消费者的心理认同感。

编辑推荐

《交互设计赏析》：多媒体设计与制作系列教材。

第一图书网, tushu007.com

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