第一图书网, tushu007.com

<<二十一世纪艺术设计精品课程规划教 >

图书基本信息

书名：<<二十一世纪艺术设计精品课程规划教材>>

13位ISBN编号：9787500687276

10位ISBN编号：7500687273

出版时间：2009-5

出版时间：中国青年出版社

作者：许楠，魏坤 编著

页数：144

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

经济增长与消费需求的提高需要有成熟的商业环境与商品形态来支持。
包装设计作为一门独立的设计专业.具备无可替代的商业价值。
能否对产品的功能、销售目的进行有针对性的设计，是包装设计成功与否的关键。
包装设计专业的重点在于教授学生掌握自己解决问题的方法，这即是我完成此书的初衷。
本书是我在设计实践与设计教学中二十余载的经验所得，承蒙导师的抬爱、家人朋友的帮助与关怀，让我能顺利完成此书。
由于时间仓促.其中难免有些话题陈述不够详尽.令本书不尽完善。
敬请读者、同仁、专家多多指教，留待日后进一步深入修正。
书中收录他人实例，部分未及或无从与作者本人沟通.在此恳请海涵。
本书出版.承蒙中国青年出版社专家、知名院校学者、资深设计师等朋友鼎力支持。
我深表感激，由衷敬谢。

内容概要

·本套教材立足于新世纪中国艺术教育的改革，将艺术理论与技能培训融会贯通，从内容选材、教学方法、学习方法、实验和实训配套等方面突出艺术院校教育的特点，是一套既有系统的学术研究成果，又贴近当下设计教学实践的权威教材。

·本套教材分别从不同的设计领域，系统而完整地讲解了设计的基本概念、表现技法、设计流程，并配合千余套国内外经典案例，指导学生循序渐进地掌握设计实务。

·图书选题体例丰富，每个章节设有课题概述、教学目标以及章节重点，章节内容包含基础知识、教学实例、设计点评及课后练习，环节紧凑，塑造了一个完整的教学体系。

书籍目录

第1章 版式设计的基本理论 1.1 版式设计的概念 1.2 版式设计的历史和发展 1.2.1 中国的书籍形态和版式设计的历史 1.2.2 西方的书籍及版面形式的发展 1.3 版式设计的原则 1.4 版式设计的功能 1.5 版式设计的程序 1.5.1 读者群定位 1.5.2 明确设计项目 1.5.3 明确传播信息内容 1.5.4 明确设计宗旨 1.5.5 明确设计要求 1.5.6 计划安排 1.5.7 设计流程 教学实例 设计点评 课后练习第2章 版式设计的基础知识 2.1 版面的视觉构成元素 2.1.1 点的编排构成 2.1.2 线的编排构成 2.1.3 面的编排构成 2.1.4 点线面的混排 2.1.5 版式设计中的其他构成要素 2.2 版式的视觉流程 2.2.1 单向视觉流程 2.2.2 重心视觉流程 2.2.3 反复视觉流程 2.2.4 导向性视觉流程 2.2.5 敖点视觉流程 2.3 版面的排列 2.3.1 版面的大小比例 2.3.2 对称 2.3.3 黄金版面 2.3.4 对比和平衡 2.3.5 四边和中心 2.3.6 破型 2.4 版式设计的基本类型 2.4.1 满版型版式设计 2.4.2 分割型版式设计 2.4.3 倾斜型版式设计 2.4.4 三角型版式设计 2.4.5 曲线型版式设计 2.4.6 自由型版式设计 教学实例 设计点评 课后练习第3章 文字与图形的版面构成第4章 版式设计的网格系统第5章 版面设计与印刷第6章 版式设计的具体运用

章节摘录

第1章 包装设计概述 1.1 包装设计的渊源及发展 在包装发展的过程中，人们对包装的认识也是逐渐深化的。
以包装物的含义而言，就有广义和狭义之分。
广义上的包装物，是指人们用来盛放和包裹食品或用品的器物。
狭义上的包装物，则是指市场所流行的销售包装——商品包装，它不仅是某种看得见、摸得着的器物，更多地蕴含着保护商品品质、传达商品信息，促进商品销售的内在意义。
对于这两种含义，在远古时代是不能明确区分的，只有随着商品交换的出现，商品经济的发展和市场竞争的加剧，商品的包装才逐渐被人们所认识。
包装与产品是一对孪生子，有了产品就要有包装加以保护，中国古文字中的“包”字就是一个育子午子宫中的象形字，它反映了古人对包装的认识与理解。
根据中国《辞海》中的解释以及传统上被人们所接受的含义，“包”有：包藏，包裹，收纳等意思，而“装”则有装束，装扮，装载，装饰与样式，形貌等意思。
如果我们将传统的包装设计概念概括一下，它包含着以下意义：保护，即通过一定方法将物品包容、保护起来，使之在质量上免受损害；整合，即将一些无序杂乱的物品按照一定的容量或数量单位，组合统一在一起；运输，即通过包装，使物品便于运输、搬运：美化，即通过包装使物品显得更加漂亮，吸引人。
和对其他客观事物的认识一样，人们对包装的认识，也是随着人们的社会生产实践的不断加深而不断更新的。
在今天大生产与大市场的背景下，现代包装的概念及其内涵与过去相比有了极大的改变。
通观包装设计历史发展的全过程，可分为包装设计的原始时期、包装设计的发展时期和包装设计的未来时期。

第一图书网, tushu007.com
<<二十一世纪艺术设计精品课程规划教 >

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