

<<CIS设计教程>>

图书基本信息

书名：<<CIS设计教程>>

13位ISBN编号：9787506437462

10位ISBN编号：7506437465

出版时间：2006-5

出版时间：中国纺织

作者：庞黎明

页数：126

字数：72000

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>

## <<CIS设计教程>>

### 内容概要

随着我国市场经济的繁荣和社会文明的发展，艺术设计得到社会广泛的重视，高水平的设计人才成为社会上炙手可热的焦点。

为此，不少院校都增设了平面设计专业，加大对艺术设计人才培养的力度。

然而，在艺术设计教学的课程建设和教学体系中，教材是人才培养的重要环节。

专业教材建设和编写水平的提高，影响了教学质量和办学水平。

为了解决这个问题，一些活跃在艺术设计教学第一线的中、青年教师，以多年的教学经验，组织并编写了这套“平面设计基础教程系列丛书”涵盖了平面设计专业的主要课程，如标志设计、字体设计、招贴设计、CI设计、结构素描等内容。

整套教材的编写体系科学完整，内容简明扼要，形式丰富多彩，既有系统的基础理论，又有具体的实践案例，适合专业教学和广大立志要自学成才的读者使用。

这套书的编辑出版将会促进艺术设计专业教学和设计艺术的发展。

本书为其中一册。

## &lt;&lt;CIS设计教程&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 CIS概述	1.1 CIS的定义	1.1.1 CIS的产生与发展	1.1.2 CIS和企业形象	1.1.3
CI和CIS	1.1.4 CIS的特质	1.2 CIS产生的原因	1.2.1 企业内部自觉的需求	1.2.2 市场
竞争中外部的压力	1.3 CIS的历史沿革	1.3.1 20世纪后期的CIS	1.3.2 CIS发展历程中的经典	案例
1.4 CIS的构成要素	1.4.1 企业理念识别	1.4.2 企业行为识别	1.4.3 企业视觉识别	
1.4.3 MI、BI、VI之间的关系	1.5 CIS导入的时机	1.5.1 国有企业转制	1.5.2 企业扩大	经营范围
1.5.3 企业的周年纪念日	1.5.4 回忆与国际市场接轨	1.5.5 新产品的开发与上	市	1.5.6 改善经营危机
1.5.7 消除负面影响	1.5.8 经营理念的重整与再开发	1.5.9	品牌差异性不明确	1.5.10 连锁或特许经营
1.6 CIS开发作业流程	1.6.1 《CI推进手册》中	的CIS开发作业流程	1.6.2 Landor Associates公司的CIS开发作业流程	1.6.3 各企业导入CIS的作
业流程	第二章 企业标志	2.1 标志定义	2.2 标志的设计形式	2.3 标志的设计技法
2.4 标志设计	的程序	第三章 CIS设计中的标准色	3.1 标准色的定义	3.2 色彩三要素
3.3 标准色的设定	3.4	标准色的应用管理	第四章 企业标准字	4.1 企业标准字的定义
4.2 企业标准字的种类	4.3 手	绘企业标准字设计技巧	4.4 标准字的展开运用	第五章 企业形象代言物
5.1 企业形象代言物的定义	5.2 企业形象代言物的设定	第六章 品牌的再定位与再设计	6.1 品牌的再定位	6.2 品牌的再
设计作品欣赏	参考文献			

<<CIS设计教程>>

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>