第一图书网, tushu007.com

<<建筑装饰设计Ⅱ>>

图书基本信息

书名：<<建筑装饰设计Ⅱ>>

13位ISBN编号：9787508474502

10位ISBN编号：7508474503

出版时间：2010-5

出版时间：水利水电出版社

作者：周一鸣，李建伟 主编

页数：152

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

在中国，走新型工业化发展的道路，不仅需要一大批高素质的专家学者，同时也需要大量熟练掌握新技术、新工艺、新设备的技术型、技能型劳动者。
技术技能型人才是推动科技创新和实现科技成果转化的生力军。
而在培养技术技能新人才方面，职业教育具有不可替代的重要作用。
高等职业教育在近几年的发展历程中，走了一些创新之路，如“双师型”、“双元制”、校企合作等的出现，无疑给职业教育的发展和完善增添了新鲜的元素。
职业教育的模式在经历了这些探索、变化过程以后，如今的方向应该是“工作过程导向”模式，因为在当今生产技术知识和工作过程高度渗透的时代，任何技术问题的解决在很大程度上都是一种技术过程和社会过程（职业活动）的结合，人类的认识只能以整体化的形式进行。
因此在工作过程中所需要的知识，也必须与整体化的实际工作过程相联系。
建筑装饰工程技术专业的学习领域涉及工学和艺术专业学科的交叉，可以说是一门综合艺术设计与表达和建筑技术与管理的新兴学科。
在推广这种行动导向的教学过程中，教材建设也要跟上时代步伐。
但同时应该看到，由于院校众多，师资力量、学生生源不尽相同，甚至相差较大，当前一些示范性院校教材遭遇到不能通用的尴尬，鉴于此，中国水利水电出版社2009年组织了全国30余所院校，以示范性院校教材为方向，同时充分结合建筑装饰工程技术专业的发展现状，启动了《普通高等教育高职高专土建类精品规划教材（建筑装饰工程技术专业）》的编写和出版工作。
本套教材针对高职高专土建大类的建筑装饰技术专业编写，以工学结合的人才培养模式为基础，采用模块单元、任务导向的编写思路，结合就业情况编写，内容上简化理论，突出结论，列举实例；同时充分吸收传统教材优势，将“教学计划”和“教材”予以区分，协调基础知识和实践运用的关系。
在分册编写上有所区分，大部分分册以“模块一课题一学习目标、学习内容、学习情境”的模式编写，一少部分以知识讲解为主的分册则仍采用传统章节的形式，但提高了课后实践作业的要求。
本套教材可作为高职高专建筑装饰、环境艺术设计、室内设计及其他相关相近专业作为教材使用，也可供专业设计人员及有兴趣的读者参考阅读。
本套教材的编写得到了高职高专教育土建类专业教学指导委员会建筑类专业指导分会秘书长孙亚峰老师、北京师范大学教育技术学院技术与职业教育研究所所长赵志群老师的指导和帮助，在此表示衷心感谢！
《普通高等教育高职高专土建类精品规划教材（建筑装饰工程技术专业）》的出版对于该专业教材的系统性和完善性进行了补充，采用新的编写模式，对于增强学生的知识综合实践能力和教师的综合组织能力都是有帮助的。
限于编者的水平和经验，书中难免有不妥之处，恳请广大读者和同行专家批评指正。

内容概要

本系列教材结合高职高专课程改革精神，吸取传统教材优点，充分考虑高职就业实际，以模块教学、任务导向的思路编写。
《建筑装饰设计》分为Ⅰ、Ⅱ两册，特点是通过典型建筑空间的项目训练，使学生掌握建筑装饰设计的基本原理和基本方法，掌握建筑装饰的设计方法和技巧，具备良好的设计思维能力、表现能力和沟通表达能力。
《建筑装饰设计》共分为三个模块，分别是模块1：建筑装饰设计导入；模块2：居住类建筑空间装饰设计（单空间设计、公寓式住宅装饰设计、别墅装饰设计、一个完整的住宅设计案例赏析）；模块3：公共建筑空间装饰设计（商业类、餐饮娱乐类、办公类建筑空间装饰设计、一个完整的共享空间设计案例欣赏）。
本册为模块3和附录（室内装饰工程质量规范，公共空间设计方案施工准备、施工原则和注意事项，建筑装饰设计评分参考）的内容。
本教材可作为高职高专建筑装饰、环境艺术设计、室内设计及其他相关相近专业作为教材使用，也可供专业设计人员及有兴趣的读者参考阅读。

第一图书网, tushu007.com

<<建筑装饰设计II>>

书籍目录

序 前言 模块3 公共建筑空间装饰设计 课题1 商业建筑空间装饰设计 3.1.1 学习目标 3.1.2 学习内容 3.1.2.1 专卖店的设计原则 3.1.2.2 专卖店环境。商品与客户群的分析 3.1.2.3 专卖店的整体分区与动线设计 3.1.2.4 专卖店广告设计 3.1.2.5 店面、招牌、橱窗与入口设计 3.1.2.6 货柜架与展台的设计与组配 3.1.2.7 专卖店收银台设计 3.1.2.8 店内外照明设计 3.1.2.9 专卖店的色彩与界面设计 3.1.3 学习情境 3.1.3.1 任务命题：服装专卖店设计 3.1.3.2 课外拓展学习 3.1.3.3 供学生课外选择完成的设计命题 课题2 休闲餐饮空间装饰设计 3.2.1 学习目标 3.2.2 学习内容 3.2.2.1 休闲餐饮空间概述 3.2.2.2 休闲餐饮环境与客户群的分析 3.2.2.3 休闲餐饮空间装饰设计要素 3.2.2.4 餐饮空间设计程序与创新 3.2.3 学习情境 3.2.3.1 任务命题：主题快餐店装饰设计 3.2.3.2 课外拓展学习 3.2.3.3 供学生课外选择完成的设计命题 课题3 办公建筑空间装饰设计 3.3.1 学习目标 3.3.2 学习内容 3.3.2.1 办公空间设计要点 3.3.2.2 建筑装饰设计工作室环境分析 3.3.2.3 工作人员工作状态与对办公设施要求分析 3.3.2.4 办公空间装饰设计要素 3.3.2.5 独立办公室设计 3.3.2.6 开敞式办公室设计 3.3.2.7 会议室多功能厅设计 3.3.2.8 接待区、企业文化展示墙设计 3.3.2.9 门面与标志设计 3.3.3 学习情境 3.3.3.1 任务命题：某建筑装饰设计工作室设计 3.3.3.2 供学生课外选择完成的设计命题 课题4 一个完整的共享空间设计案例赏析 3.4.1 学习目标 3.4.2 学习内容 3.4.2.1 共享空间的设计要素组成 3.4.2.2 共享空间的设计原则 3.4.2.3 共享空间的设计基本程序 3.4.2.4 客户需求分析 3.4.2.5 初步草案与深化设计 3.4.2.6 方案设计图纸 附录1 室内装饰工程质量规范(QB 1838—93) 附录2 公共空间设计方案施工准备、施工原则和注意事项 附录3 建筑装饰设计评分参考 参考文献

章节摘录

专卖店空间有了大致规划，接下来就是在二维的图纸上进行专卖店雏形的绘制，这也是设计的平面草图。
二维设计主要运用各种空间分割方式来进行布置，包括各种商品或陈列器具的位置、面积及布局、通道的分布等。
合理的二维平面设计是在对经营商品种类、数量、经营者的管理体系、顾客消费的消费心理、购买习惯以及专卖店本身的大小等各种因素进行统筹规划的基础上形成的。
例如根据顾客的购物习惯及消费心理或格调品位来安排货位；根据人流物流的大小、方向、人体力学等来确定通道的走向和宽度；根据经营商品的品种、档次或关联性来划分销售区域等。
专卖店具体的空间设计中要注意功能性的体现，合理的空间分割直接对空间的服务带来影响，合理的空间布局和结构设计将会对销售活动起促进作用。
合理地选择装饰材料，运用施工工艺，不仅为设计构思的实现提供可行性，而且也将成为整个品牌形象的重要组成部分，装饰材料与工艺决定了空间形成的成败。
三、专卖店空间动线设计　　人的消费行为的心理特征与功能分析、交通流线和视觉引导的相互关系：动线是根据经营布局、品类划分的功能需求而展开的。
从顾客进入专卖店开始，动线的进程、停留、转折处，都应考虑视觉引导，并从视觉构图中心选择最佳的视点设置商品的展示台、陈列柜和商品信息标牌，以引导顾客动线方向并使顾客注视商品的重点展示台与陈列处。
充分考虑空间结构、客流方向、商品落位、商品个性和顾客生理、心理等因素，制定几条动线规则，刺激购买欲，增加购物情趣。

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