第一图书网, tushu007.com

<<CI教学与设计>>

图书基本信息

书名：<<CI教学与设计>>

13位ISBN编号：9787508492483

10位ISBN编号：750849248X

出版时间：2012-1

出版时间：水利水电出版社

作者：李凯

页数：203

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

内容概要

《现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材·平面设计专业：CI教学与设计》以优秀的VI设计案例为切入点，力求深入浅出地把理论与实践结合起来，注重在掌握基本规律的基础上，通过实例分析、作品点评及课后实训引导学生运用灵活的思维进行创意设计。

本书章节内容包含基础知识、实例分析、作品点评及课后实训，环节紧凑，构建了一个完整的教学体系。
全书共分7章，包括：CI概述、VI的基本设计系统设计、VI的应用设计系统设计、CI手册的设计制作、CI的导入、综合案例分析和作品欣赏。

本书以新鲜和切合学生实际为出发点，选用了千余套国内外经典案例，指导学生循序渐进地掌握设计的基本概念、表现技法、设计流程等。
为了使学生对VI设计理论知识深入理解，在每一章节的每一个知识点下面都配有具有代表性的优秀的VI设计作品。
更主要的是，通过本书对VI设计案例进行分析，优秀作品进行点评能够挖掘学生的逻辑思维能力、想象能力、洞察能力和创造能力，并培养学生多元化的思维方式。
在每章节内容结束后还布置适当的课后实训，巩固深化所学内容。
本书可作为应用型本科、高职高专和成人高等院校艺术设计专业、企业营销专业及相关专业的教材，也可作为VI设计的爱好者及VI设计人员提供参考资料。

书籍目录

前言
第1章 CI概述
1.1 CI产生的背景
1.1.1 美国CI模式的兴起
1.1.2 日本CI模式的发展
1.1.3 韩国与台湾企业CI实践
1.1.4 中国CI的发展之路
1.2 CI的价值与功能
1.3 CI的概念
1.4 现代CI的发展趋势
1.4.1 从静态到动态
1.4.2 以企业为核心向以消费者为核心转变
1.4.3 从国际化到本土化
1.4.4 从盲目炒作到趋于理性
1.5 CI的基本构成要素
1.5.1 MI即理念识别
1.5.2 BI即企业行为活动识别
1.5.3 VI即企业视觉识别
1.6 CI的设计原则
1.6.1 同一性
1.6.2 差异性
1.6.3 民族性
1.6.4 有效性
1.7 案例分析--CI的设计原则
1.7.1 中国联通CI系统案例分析
1.7.2 2010上海世界博览会案例分析
1.7.3 肯德基称霸中国的CI战略分析
1.8 作品点评
1.9 课后实训
第2章 Vl的基本设计系统设计
2.1 VI的概念及构成
2.1.1 VI的概念
2.1.2 VI的构成
2.2 VI的基本设计系统设计制作
2.2.1 标志设计
2.2.2 字体设计（标准字体、印刷字体）
2.2.3 色彩设计（标准色彩、辅助色彩）
2.2.4 辅助元素（象征图形设计、企业造型设计）
2.3 案例分析--基本设计系统
2.3.1 哥本哈根世界气候大会形象设计
2.3.2 圣尔本城市新市徽应用
2.3.3 Moovi品牌标志的诞生
2.4 作品点评
2.4.1 鄱瑞克尼斯大赛标志
2.4.2 保健品公司LifePlus品牌新形象

2.4.3 珠宝品牌HEYERDAHL VI形象设计
2.4.4 作品点评--百度泛用户体验平台标志
2.5 课后实训
2.5.1 自选企业并进行市场调研，写出调研报告
2.5.2 为选定的企业制作VI基本系统的设计
第3章 v1的1用设计系统设计
3.1 办公事务系统
3.1.1 名片
3.1.2 信纸
3.1.3 信封
3.1.4 资料类
3.2 旗帜识别系统
3.2.1 司旗
3.2.2 竖旗
3.2.3 桌旗
3.2.4 吊旗
3.3 指示识别系统
3.3.1 区域指示类标识
3.3.2 门牌类标识
3.3.3 指路类标识
3.3.4 警示类标识
3.3.5 企业名的标识牌
3.3.6 胸牌
3.3.7 徽章
3.4 广告宣传系统
3.4.1 印刷类广告
3.4.2 户外广告
3.4.3 灯箱、霓虹灯、液晶广告
3.4.4 电视、网络广告
3.4.5 宣传手册
3.5 销售空间与展示系统
3.6 服装服饰系统
3.6.1 办公服
3.6.2 工服
3.6.3 礼服
3.6.4 饰物
3.6.5 雨具
3.6.6 T恤
3.7 环境识别系统
3.8 交通运输及设备系统
3.9 公关礼品系统
3.10 产品包装系统
3.11 案例分析--VI的应用设计系统设计
3.11.1 巴哈马群岛旅游形象识别系统
3.11.2 Mega儿童俱乐部形象识别系统
3.11.3 Super Best食品超市形象识别系统
3.12 作品点评

3.12.1 Econcern公司形象识别系统
3.12.2 丹麦旅游局的视觉形象设计
3.12.3 ALECTIA公司形象识别系统
3.13 课后实训
第4章 C1手册的设计制作
4.1 制作VI手册的目的及作用
4.1.1 VI手册定义
4.1.2 制作VI手册的目的及作用
4.2 VI手册的类型
4.2.1 VI手册的常见类型
4.2.2 VI手册的其他分类标准
4.3 VI手册的编辑形式
4.3.1 VI设计手册主要内容
4.3.2 VI设计手册项目管理
4.3.3 VI设计手册的排版
4.4 VI手册的管理与维护
4.5 案例分析
4.5.1 春风摩托俱乐部品牌VI设计案例分析
4.5.2 奥巴马竞选宣传策划案例分析
4.6 作品点评
4.7 课后实训
第5章 CI的导入
5.1 CI的导人时机
5.1.1 CI的导入时机
5.1.2 CI的导入意义
5.2 CI的导入方法与流程
5.3 CI的执行
5.4 CI的管理与维护
5.4.1 CI规范化管理意义
5.4.2 CI管理与维护措施
5.5 案例分析
5.5.1 李宁新形象策划案例分析
5.5.2 中粮集团形象分析
5.6 作品点评
5.6.1 美发沙龙CI导入案例分析
5.6.2 Sparebank 1形象策划案例分析
5.7 课后实训
第6章 综合案例分析
第7章 作品欣赏
参考文献

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