

<<品牌与VI设计>>

图书基本信息

书名：<<品牌与VI设计>>

13位ISBN编号：9787532250509

10位ISBN编号：7532250504

出版时间：2006-12

出版时间：上海人美

作者：徐阳

页数：133

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>

## <<品牌与VI设计>>

### 内容概要

本书拓展了传统VI课程仅限于CI的范畴，使之与市场更接近的品牌战略联系，并打破传统VI课程只停留于操作程序、格式的解释，将VI设计从僵化的手册制定解放到以品牌塑造为主导的整体视觉设计。

让学生把握品牌的概念，以更富有整体性并不失变化、新意的思维去进行品牌的视觉规范。

而以此的教学方式更能带动学生的创造力和兴趣，并大大缩小学校期间的实用性弱的缺陷，使学生能尽快体会商业设计的思维方式，并将各专业课程综合运用，迅速适应商业市场的需要。

本书主要针对广告、设计专业学生、从业者，企划人员及各行业创业者。

从建立品牌形象的角度出发，谈视觉系统概念与实践方法。

每一概念的提出都配合以对应案例的解析，具体介绍设计者的创作思路、表现手法，由浅入深、由点及面地全面阐明品牌视觉识别的要领，并培养实践操作能力。

本书被列为上海高等学校本科教育高地建设广告学项目。

## <<品牌与VI设计>>

### 书籍目录

导读第一章 了解品牌基本概念的引入 第一节 品牌的定义 第二节 品牌的特征 第三节 品牌的功能 第四节 品牌的种类 第五节 品牌的结构第二章 定位品牌方法与策略 第一节 品牌定位内涵 第二节 品牌定位策略 第三节 品牌定位原则 第四节 品牌定位流程第三章 设计品牌命名与视觉要素的实现 第一节 品牌名称设计 第二节 品牌视觉要素设计 第三节 品牌辅助元素设计 第四节 品牌个性塑造第四章 品牌VIS设计构建品牌视觉体系 第一节 认识VIS设计 第二节 企业品牌VIS设计 第三节 消费品牌VIS设计 第四节 环境品牌VIS设计 第五节 VIS手册的制作作业参考书目

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>