

## <<CI设计>>

### 图书基本信息

书名：<<CI设计>>

13位ISBN编号：9787548001263

10位ISBN编号：7548001266

出版时间：2009-12

出版时间：江西美术出版社

作者：李民

页数：117

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>

## <<CI设计>>

### 前言

CI设计，即现代企业形象策略系统的开发与设计，也称为企业形象识别系统（CIS）。它是企业透过统一的视觉设计，运用整体传播系统，实现传递企业文化、塑造企业形象的活动与职能。

从学科特点来看，CI设计是一项庞大的系统工程，具有边缘学科和应用学科的双重特点。从基础理论构成的角度分析，它涉及到社会学、经济学、心理学、美学、新闻学等多种学科领域，是各类学科之间互相渗透、互相交叉、互相影响的结果，从而构筑CI设计的广泛理论基础。

教材是高等教育中人才培养的重要手段，我国在艺术设计专业的教材编写上普遍存在着“积贫积弱”现象。

专业课程教材建设和编写水平的提高，直接影响了教学质量和办学水平。

作为在艺术设计教学第一线工作的教师，本人结合多年在该领域所从事的研究和实践经验，在分析相关专业的本科教材的现状的基础上，结合艺术设计学生的实际，探索出了适合该课程特点的实践教学模式。

本书从理论和实践方面对CI的基本概念、CI发展的历程、CI设计导入的程序、企业形象与现状调查、理念识别系统、行为识别系统、视觉识别系统等方面进行了较为详细的论述，并对其中的规律性元素进行了归纳与整合。

因此，更有利于设计专业学生的学习与创作。

除此之外，通过提供大量的图片资料和中外CI设计的经典案例为读者提供有益的启示。

本书可作为视觉传达设计专业、广告设计专业、环境艺术设计专业、工业设计专业等专业学生的教科书以及其他设计人员的参考书。

由于受编写时间和作者学识所限，书中不妥之处在所难免，故请使用者提出宝贵意见批评指正。谢谢！

## <<CI设计>>

### 内容概要

《CI设计》从理论和实践方面对CI的基本概念、CI发展的历程、CI设计导入的程序、企业形象与现状调查、理念识别系统、行为识别系统、视觉识别系统等方面进行了较为详细的论述，并对其中的规律性元素进行了归纳与整合。

因此，更有利于设计专业学生的学习与创作。

除此之外，通过提供大量的图片资料和中外CI设计的经典案例为读者提供有益的启示。

《CI设计》可作为视觉传达设计专业、广告设计专业、环境艺术设计专业、工业设计专业等专业学生的教科书以及其他设计人员的参考书。

## <<CI设计>>

### 书籍目录

前言第一章 CI概述 第一节 何谓CI 第二节 CI的三大构成 第三节 CI的功用 第四节 CI的基本特征 第五节 CI发展的历程第二章 CI的导入 第一节 CI导入的动机M 第二节 导入CI的周期 第三节 导入CI的基本程序 第四节 导入CI的作业流程协 第五节 导入CI的提案挖第三章 企业形象与现状调查 第一节 调查对象与内容 第二节 调查步骤与方法 第三节 调查问卷的设计 第四节 调查报告书第四章 理念识别(MI) 第一节 理念识别的内涵 第二节 理念识别的功能 第三节 理念识别的原则 第四节 理念识别的内容 第五节 理念识别的实施第五章 行为识别(BI) 第一节 行为识别的内涵 第二节 企业对内的行为识别 第三节 企业对外的行为识别第六章 视觉识别(VI)之一：基本要素 第一节 视觉识别的概述 第二节 标志设计 第三节 标准字设计 第四节 标准色及辅助色 第五节 吉祥物设计 第六节 象征图形第七章 视觉识别(VI)之一：应用系统 第一节 事务用品 第二节 旗帜 第三节 员工制服 第四节 交通工具 第五节 产品设计 第六节 企业环境 第七节 公关礼品 第八节 广告宣传第八章 VI手册 第一节 V手册的概念 第二节 V手册的作用 第三节 VI手册的编辑内容 第四节 V手册的使用和管理第九章 CI经典创意案例欣赏

#### 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>