

<<商标形象的视觉设计>>

图书基本信息

书名：<<商标形象的视觉设计>>

13位ISBN编号：9787564102272

10位ISBN编号：7564102276

出版时间：2006-2

出版时间：东南大学出版社

作者：李道国

页数：294

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>

<<商标形象的视觉设计>>

内容概要

本书以商标形象为个案，对视觉的符号图式作了探索性的研究。

全书共分五章，主要包括商标形象概述、商标形象的视觉符号、商标形象的符号图式、商标形象的符号建构和商标形象的符号阐释等内容；从商标形象、符号图式的核心概念出发，运用传播学、符号学、语言学、阐释学、心理学和艺术设计学等学科知识，系统论述了商标形象概念、商标形象符号图式的视觉元素、结构范式及其产生和发展的基本理论；对商标形象符号图式的认知心理、阐释思维等理论也做了开拓性的探索。

本书结构清晰，观点新颖，论述详实，图文并茂，理论视域开阔，注重跨学科知识的交叉整合，在视觉传达研究的方法论上具有一定的普适性。

本书可以作为高校图形设计、高标标志设计、企业形象设计、视觉传媒设计、广告视觉设计等课程的教学参考书，对于视觉传达设计理论教学及相关领域的研究也具有一定的参考价值。

<<商标形象的视觉设计>>

书籍目录

第一章 商标形象概述 第一节 什么是商标形象 第二节 商标形象的特点 一、商标形象的刺激性特点 二、商标形象的多样性特点 三、商标形象的稳定性特点 四、商标形象的超越性特点 五、商标形象的消费性特点 第三节 商标形象的视觉感知 一、商标形象的感知阶段 二、商标形象的感知要素 第四节 商标形象的定位 一、商标形象的概念定位 二、确立商标形象概念的方法 三、商标形象的定位策略第二章 商标形象的视觉符号 第一节 符号的一般性论述 一、什么是符号 二、符号、症候和信号 三、什么是商标形象符号 第二节 商标形象符号的特点 一、商标形象符号的含义性 二、商标形象符号的任意性 三、商标形象符号的线性 四、商标形象符号的集合性 五、商标形象符号的模糊性 六、商标形象符号的冗余性 第三节 商标形象符号的分类 一、符号的一般分类 二、商标形象符号的分类 第四节 商标形象符号的功能 一、商标形象符号的拟语言功能 二、商标形象符号的识别功能 三、商标形象符号的传播功能 四、商标形象符号的意指功能 五、商标形象符号的专属功能 六、商标形象符号的象征功能第三章 商标形象的符号图式 第一节 符号图式的概念特征 一、什么是商标形象的符号图式 二、符号图式的普遍关系 三、符号图式的存在状态 四、符号图式的发展历程 第二节 符号图式的元素选择 一、符号图式的元素 二、符号图式的点元素 三、符号图式的线元素 四、符号图式的面元素 五、符号图式的体元素 第三节 符号图式的空间特征 一、什么是空间 二、符号图式的空间感形成 三、符号图式的空间特征 第四节 符号图式的形态创造 一、什么是符号图式的形态 二、符号图式的形态分类 三、符号图式的形态特征 第五节 符号图式的色彩意象 一、色彩意象在符号图式中的作用 二、商标色彩意象的关系要素 三、商标色彩意象的视觉对比 四、商标色彩意象的视觉心理第四章 商标形象的符号建构 第一节 符号图式的结构营造 一、什么是符号图式的视觉结构 二、符号图式的结构关系 第二节 符号图式的建构与类型划分 一、什么是商标形象符号的范型 二、符号范型的主导性规范 三、符号范型的认知匹配 四、符号图式的建构 第三节 符号图式的建构与类型划分 一、同构图式 二、渐变图式 三、延异图式 四、共生图式 五、悖论图式 六、叙事图式 七、对称图式 八、置换图式 九、视幻图式 十、网格图式 十一、放射图式 十二、群化图式 十三、拧结图式 十四、插接图式 十五、连环图式 十六、并置图式 十七、编织图式 十八、卷曲图式第五章 商标形象的符号阐释 第一节 符号图式的阐释期待 一、符号图式的阐释期待 二、符号图式的阐释惯例 三、符号图式的互文性 第二节 符号图式的认知选择 一、符号图式的选择性注意 二、符号图式的选择性理解 第三节 符号图式的意义阐释 一、符号图式的阐释思维 二、符号图式的意义结构 三、符号图式的含义预设 四、符号图式的视觉传达 五、符号图式的意义呈现 六、符号图式的意义误读主要参考文献后记第一章彩图第二章彩图第三章彩图第五章彩图

<<商标形象的视觉设计>>

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>