

## <<视觉传达设计>>

### 图书基本信息

书名：<<视觉传达设计>>

13位ISBN编号：9787810134071

10位ISBN编号：7810134078

出版时间：1991-07

出版时间：北京理工大学出版社

作者：曾宪楷

页数：233

字数：493000

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>

## &lt;&lt;视觉传达设计&gt;&gt;

## 前言

随着世界进入信息化时代，电子计算机在设计领域广泛应用，新媒体不断涌现，使现代设计领域日益扩大，现代设计展现了无限的可能性。

20世纪90年代起，我国的设计教育取得飞速发展，据不完全统计，全国2300所高校中大约有1400所大学设有设计及相关专业。

有近600所高校设有艺术设计专业，近400所高校有工业设计专业。

每年有十多万毕业生走向社会。

我国已成为世界设计教育大国，设计为我国的经济发展做出了历史性贡献。

随着我国设计教育如雨后春笋般发展。

各具特色的艺术设计教材层出不穷。

我国设计教育的大好形势，促使本教材进行修订，以适应新的需求。

本书是1991年7月出版的高等学校教材《视觉传达设计》的修订版，第一版是原国家机械委“工业造型设计”专业指导小组组织编写的“七五”规划统编教材。

由于时隔16年，原书主编曾宪楷和刘淑琴教授等已退休，沈大为教授也于2002年病故。

因此，要召集原编者讨论十分困难，便决定根据教材内容，重新组织有实践经验的教师进行修订。

经多次讨论，我们考虑到教材的使用对象除工科院校师生外，还应包括设计艺术院校师生和在职人员，同时考虑到本专科的实际情况和视觉传达设计领域新的变化。

决定原教材主体框架基本不变，每个章节内容都作不同程度的修订和补充，并增加数码艺术设计一章。

本书由江南大学教授张福昌任主编，负责全书修订的规划、组织编写和审查。

书稿第一、第四章由张福昌修订撰写，第二章由沈卓娅、张潇修订撰写，第三、第八章由沈卓娅修订撰写，第五章由刘境奇修订撰写，第六章由尹扬坚修订撰写，第七章由王安霞修订撰写，第九章由胡克撰写。

本书修订过程中，始终得到了北京理工大学出版社的配合与支持，我的博士研究生、全国模范教师沈卓娅教授为本书付出了艰辛的劳动，张小开博士等研究生在图文资料整理、汇总等方面也做了大量的工作。

在此一并感谢！

视觉传达设计是现代设计中日新月异的领域，尽管我们尽了最大努力，但由于水平有限，不足之处在所难免，敬请大家不吝赐教。

## <<视觉传达设计>>

### 内容概要

本书为普通高等教育“十一五”国家级规划教材，主要内容包括字体设计、标志设计、CI设计、广告设计、展示设计、包装设计及数码艺术设计等。

本书除作为高等工业院校工业设计专业必修教材外，也可供其他艺术设计学科教学和从事设计的在职人员参考。

本书是1991年7月出版的高等学校教材《视觉传达设计》的修订版，第一版是原国家机械委“工业造型设计”专业指导小组组织编写的“七五”规划统编教材。

全书共分9个章节，主要对视觉传达设计的基础知识作了介绍，具体内容包括字体设计、标志设计、CI设计、广告设计、展示设计、包装设计等。

该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

## <<视觉传达设计>>

### 书籍目录

第一章 绪论 第一节 视觉传达设计的概念 第二节 视觉传达设计的构成要素 第三节 视觉传达设计的领域  
第二章 字体设计 第一节 字体设计概述 第二节 文字的发展 第三节 字体的绘写 第四节 字体的设计  
第三章 标志设计 第一节 标志的概念 第二节 标志的产生和发展 第三节 标志的分类 第四节 标志的设计  
第五节 标志设计的规范化  
第四章 CI设计 第一节 CI的定义 第二节 CI的产生和发展 第三节 CI的作用 第四节 CI设计的应用  
第五节 CI计划的导入动机 第六节 推行CI计划的方法和步骤 第七节 CI的现状和展望  
第五章 广告设计 第一节 广告的定义 第二节 广告的历史 第三节 广告的功能与任务 第四节 广告媒介  
第五节 广告要素 第六节 广告的设计程序 第七节 广告创意 第八节 广告设计的图形创作  
第九节 广告设计的表现 第十节 广告的编排 第十一节 广告与心理作用及广告效果的测定  
第六章 展示设计 第一节 展示设计概述 第二节 展示设计的程序与步骤 第三节 展示版面设计 第四节  
展示道具设计 第五节 展品陈列设计 第六节 展示设计的常用材料  
第七章 包装设计 第一节 包装的产生和发展 第二节 包装的功能和分类 第三节 包装的设计程序  
第四节 包装设计的构思和构图 第五节 包装设计的色彩应用 第六节 几种常见包装形式的设计  
第七节 包装纸盒的结构设计 第八节 包装设计的发展趋势  
第八章 视觉传达设计与印刷基础知识 第一节 印刷基础知识 第二节 印刷前的工作 第三节 印刷的  
加工工艺  
第九章 数码艺术设计 第一节 数码艺术设计概述 第二节 网站艺术设计 第三节 多媒体设计  
第四节 数码动画设计 第五节 数码影视后期设计 参考书目 后记

## &lt;&lt;视觉传达设计&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：第一章 绪论第一节 视觉传达设计的概念视觉传达设计(visual design)一词在艺术设计专业及广告界和部分企业中广泛使用，目前国际上流行的视觉传达设计是指“具有视觉传达功能的设计”。报纸、杂志等传统媒体和互联网，及其他印刷宣传物、影视片、广告牌等大众媒体(Mass Media)均成为视觉传达的载体，这是一种通过上述载体把有关信息传达给眼睛，从而进行造型的表现性设计。视觉传达设计不仅限于产业活动的领域，也包含公共的、政治的宣传，还包括印刷设计等平面之外的展示和广告类的主体设计：总之，视觉传达设计是“给人看的设计、告知的设计”，一般是“相对产品设计而言的”视觉传达设计这一术语，在世界上开始流行是在1960年，当时在日本东京举行世界设计会议，与会者认识到，在不断扩大的映像媒体之中，视觉和映像已作为独立的传达手段而存在，它们与其他传达手段(如语言等)不同，是一种更能得到充分表现的设计。通过视觉来传达某种目的的设计，这在19世纪中叶到20世纪中叶已逐渐兴起，当时世界上广泛采用装饰美术、应用版画或商业美术等。第二次世界大战以后，随着世界经济的高速发展，设计也进入更为活跃的时期，平面设计(Graphic Design)则作为通行的名称而沿用至20世纪末。视觉传达设计这一名称的出现和认知是随着世界上科学技术的日新月异而产生的，原来的平面设计所包含的种种活动和表现的内容等，已不再适应社会的需要，为了包括多媒体等新的信电传达媒体，视觉传达设计便应运而生。

<<视觉传达设计>>

编辑推荐

《视觉传达设计(第2版)》由北京理工大学出版社出版。

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>