

<<型录设计>>

图书基本信息

书名：<<型录设计>>

13位ISBN编号：9787811333930

10位ISBN编号：7811333937

出版时间：2009-1

出版时间：哈尔滨工程大学出版社

作者：尚丽娜，等编

页数：127

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>

<<型录设计>>

内容概要

型录设计包含字体、图形、色彩、版式、纸张、印刷、装订等多项内容，相对于其他广告形式而言，综合性强，商业操作环节较多。

但在目前的教学中，专门针对型录设计的教材却少之又少。

因此，编者根据教学需要，对型录设计的理论知识、相关技巧及实践经验进行了收集、整理，并编写成本书，希望能帮助更多的艺术院校师生对型录设计有更多的了解。

<<型录设计>>

书籍目录

第一章 型录设计概述第一节 型录设计的概念第二节 型录设计的发展历史第三节 型录广告的特点第四节 型录设计的分类第二章 型录设计的创意第一节 创意的源泉第二节 创意产生法第三章 型录设计的设计元素第一节 文字第二节 图像第三节 配色第四章 型录设计的版面设计技法第一节 视觉流程第二节 图文关系第三节 型录设计的版面构图第五章 型录设计的执行第一节 型录设计的基本流程第二节 型录的印刷第六章 型录设计的分类设计第一节 传单设计第二节 宣传画册设计参考文献

章节摘录

第二章 型录设计的创意 第一节 创意的源泉 一件好的型录作品需要好的创意。如果没有好的创意，设计至多只能算作点缀或装饰。一个好的创意是一束明亮的火花，它能点燃你的灵感，帮助你围绕这一灵感巧妙地向受众传达信息。好的创意并不一定非奇思妙想不可，它或许只是将两个貌似互不关联的元素组合起来，以传达新的含义。

创意多半在人的头脑中产生的。人脑是计算机所无法比拟的巨大存储器，可以容纳超大量的信息。不过它对于所见所闻的记忆是杂乱的，调动这些信息需要必要的“手续”。换句话说，就是需要类似密码或指令的东西。

创意往往是由各种琐碎的信息（即指令）组合在一起形成的。分析既定主题、制定细致的要素清单能较快地形成创意。而清单中的项目就好比是计算机的指令，可以通过输入指令将创意的形式输出。如果没有输入当然也就没有输出。保持着对主题的关注，有时能在看到其他事物时促发创意输出，保持灵活的态度是创意产生的不可缺少的条件。

很多自认为想象不出点子的人都会被贴上想象力贫乏的标签。然而，想象力是可以通过训练提高的，经过训练，任何人都能将自己的想象力提升到一定的高度。这种训练我们称之为“头脑风暴法”。在设计领域中，想象训练是能让形象构思更为灵活，借以提高想象力的训练。想象是脑海中浮现出来的图像，是将大脑中存储的记忆重新组合而产生出来的新图像。对于设计师来说，想象力是极其重要的能力。

（图2-1至图2-4）

<<型录设计>>

编辑推荐

在多变且极具竞争性的行销市场中，设计是企业与商品的整体造型师，通过适当的修饰将企业及商品特性凸显出来。

尽管在发达的电子网络时代，各种商业信息、文化信息已经从纸面形式更多地走向了多元化的发展方向，企业的竞争也由价格的竞争，质量的竞争转变为企业形象的竞争，作为以纸张为媒介形式的型录设计，通过静态的，视觉化的，艺术性的设计形式，仍以其丰富的视觉语言、平展舒爽的触感，给消费者带来各种信息。

<<型录设计>>

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>