

<<广告材料与工艺实训>>

图书基本信息

书名：<<广告材料与工艺实训>>

13位ISBN编号：9787111370130

10位ISBN编号：7111370139

出版时间：2012-2

出版时间：机械工业出版社

作者：郑丹 主编

页数：78

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>

<<广告材料与工艺实训>>

内容概要

本书分为认识与准备篇、创意与表达篇、分析与应用篇3个部分，通过对行业情况、广告材料和工艺的相关知识的介绍让学生了解和熟悉目前市场上主要广告材料的名称。

<<广告材料与工艺实训>>

书籍目录

前言

教学导引

上篇 认识与准备

课题一 岗位认知与行业调查

课题概述

实训目标

实训提示

课题二 广告材料与工艺的发展过程

课题概述

实训目标

实训提示

中篇 创意与表达

课题三 印前设计制作技巧

课题概述

实训目标

实训提示

案例导航

课题四 电脑喷绘与装裱实训

课题概述

实训目标

实训提示

案例导航

课题五 数码刻字与转印实训

课题概述

实训目标

实训提示

案例导航

课题六 丝网印刷实训

课题概述

实训目标

实训提示

案例导航

课题七 广告标牌标志制作实训

课题概述

实训目标

实训提示

案例导航

下篇 分析与应用

课题八 经典设计案例分析与点评

课题概述

实训目标

案例导航

参考文献

章节摘录

版权页：插图：纵观利用材料来创造艺术的历史，可以清楚地看到，每一种新的艺术材料的发现、发明和应用都意味着一种新的艺术语言被创造和应用。

而人们对艺术材料认识的每一次深化，都意味着人们关于艺术材料的原有观念的改变。

人们在新材料观念的主宰下，用新的或旧的材料创造出不同以往的新的艺术语言引起艺术视觉形象的一系列变革。

产业革命之后，威廉·莫里斯发起的“工艺美术运动”开始把材料提到设计的高度，伴随科学技术的发展，越来越多的材料、技术不断涌现出来。

人们对材料的观念性认识经历了一个从外部形态到内部蕴含的逐步发现、延伸的过程。

当人们对外界的认识还只能服从于生命的生存本能，当人类生产力技术水平还十分低下，同时对材料的开发和利用还处于一种自然状态时，人们对材料的观念性认识被限在材料的外部形态上，即对材料的形状、颜色、硬度、质地等感性的直觉认识。

这种对材料认识的外在化，无形中使材料在艺术里具有了一种单纯的规定性，即材料仅作为“艺术”的语言——一种交流符号的物质载体，作为一种艺术的媒介形态而存在。

随着科技的进步，人们拓宽了材料在经济生活中的发展领域，也深化了在艺术领域中对材料的认识。

从广义上讲，没有什么材料是不可以用的，但可以肯定的是有些材料更适合艺术设计使用，而有些材料就不合适。

大千世界，材料无穷无尽，设计材料通常是只占有一定空间，有一定的构架形态，能被视觉、触觉感知的材料，如塑料、金属、石材、玻璃、陶瓷等。

20世纪下半叶“让材料自己说话”的观念意识在艺术中几乎成了一种艺术家的创作自觉。

<<广告材料与工艺实训>>

编辑推荐

《广告材料与工艺实训》适用于广告设计与制作、视觉传达艺术设计专。

<<广告材料与工艺实训>>

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>