

<<展示设计>>

图书基本信息

书名：<<展示设计>>

13位ISBN编号：9787508372518

10位ISBN编号：7508372514

出版时间：2009-6

出版时间：中国电力出版社

作者：李远

页数：255

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>

<<展示设计>>

内容概要

本书为普通高等教育“十一五”环境艺术设计专业规划教材，全书分为展示设计基础、展示设计原理和展示专项设计三篇，共16章。

主要内容包括：展示艺术的发展，展示设计与人体工程学，展示设计与构成基础，展示设计表达基础，展示设计基本原理，展示设计与信息传达，展示环境的空间设计，展示版面设计，展示色彩设计，展示采光与照明，展示道具设计与道具陈列设计，展览会设计，博物馆展示设计，商业空间展示设计和展示工程设计等。

本书注重知识性、基础性、创新性和实践性的结合，突出展示设计的训练指导，强调展示设计创造性思维的表现，同时注重新材料、新技术的应用及展示设计的实际操作问题。书中精选了大量图片资料，图文并茂，结构合理，语言简洁，系统完整。

<<展示设计>>

书籍目录

序前言上篇 展示设计基础 第一章 展示设计概论 第一节 展示设计的概念 第二节 展示领域的分类
第三节 展示设计的艺术风格及流派 思考题 第二章 展示艺术的发展 第一节 展示艺术的萌芽与演变
第二节 现代展示设计的确立与发展 第三章 展示设计与人体工程学 第一节 展示设计中的人体基本尺
度 第二节 展示设计视觉因素 第三节 展示设计的心理因素 思考题 第四章 展示设计与构成基础
第一节 平面构成与展示设计 第二节 色彩构成与展示设计 第三节 立体构成与展示设计 第五章 展示
设计表达基础 第一节 展示设计制图与透视 第二节 展示设计表现图 第三节 展示设计模型制作中
篇 展示设计原理 第六章 展示设计基本原理 第一节 展示内容与形式 第二节 展示设计思维 第三节
展示设计程序 思考题 第七章 展示设计与信息表达 第一节 展示设计与信息传达 第二节 展示设计
与体验 第八章 展示环境的空间设计 第一节 展示空间的特征及构成形式 第二节 展示空间的设计
第三节 展示空间设计的艺术化处理手法 思考题 第九章 展示版面设计 第一节 展示版面设计的功能
及基本要素 第二节 展示版面设计的类别 第三节 展示版面的版式设计及视觉流程 第十章 展示色
彩设计 第一节 展示色彩设计的基本原理 第二节 展示空间中的色彩构成 思考题 第十一章 展示采光
与照明 第一节 展示照明的基本知识 第二节 展示照明设计的基本方法 第三节 展示照明研究 思考
题 第十二章 展示道具设计与道具陈列设计 第一节 展示道具设计原则 第二节 展示道具分类 第
三节 展品的陈列设计基本原则 第四节 展品的陈列设计程序及方法 第五节 展示的动态陈列 思考
题 下篇 展示专项设计 第十三章 展览会设计 第十四章 博物馆展示设计 第十五章 商业空间展示设计
第十六章 展示工程设计参考文献

章节摘录

上篇 展示设计基础 第一章 展示设计概论 第一节 展示设计的概念 一、展示设计的本质 对信息的需求是展示行为的本质。

从本质上看,商业展示是为商家实现营销目标而进行的最直接、最有效的宣传,即便是像博物馆、美术馆等一些文化性较强的展示活动,其目的也是为了扩大影响,取得良好的社会效益。

展示活动是以高效、形象的传递信息和接受信息为根本宗旨的。

这种将展品摆出来供人们观看(操作、演示)的形式,体现了一种相互交流、相互沟通的愿望,它不仅是传信者欲求目的和诉求能力的体现,更是观者认知、认可、认同的过程。

因此,展示活动平等地涵盖着展家与观众的互动作用,这就要求展家不仅仅要注重展品传达信息的可靠性、针对性、时效性,还要考虑观者对所传递内容的反馈信息。

展示设计在展家和顾客之间搭起了一座桥梁,承担了沟通两者的角色。

通过传递信息、宣传展品、树立形象,提高地位和知名度,并把参与者的主动意识和参与热情调动起来,达到最根本的展示目的。

宏观地说,任何展示活动都有“广而告之”的意义。

因而,它有别于一般生活和工作空间的环境艺术设计。

展示空间的设计或营造,最关键的是让人在其中接受信息,能够进行人与人、人与物的交流以及增长见识、受到教育和启迪、获取信息。

.....

<<展示设计>>

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>