第一图书网, tushu007.com

<<会展>>

图书基本信息

书名：<<会展>>

13位ISBN编号：9787531441410

10位ISBN编号：7531441411

出版时间：2008-8

出版时间：辽宁美术出版社

作者：张礼全 编

页数：79

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

第一图书网, tushu007.com

<<会展>>

内容概要

本教材试图尽量地去体现会展专业实用性、实战性和实践性的特点，全书通篇极力强调教材的专业性和系统性，以展示设计专业的课程设置和教学结构为依据，力求从创意设计到实物的实现，并且参加编写的主要专业教师都有着较丰富的展示设计的实践经验和教学经验，多次参与大型会展策划、展示工程设计及其工程施工的管理，他们把实践积累和研究奉献出来与大家共享，为会展设计专业的人才培养付出了极大的努力。

第一图书网, tushu007.com

<<会展>>

书籍目录

第一章 概述 第一节 展示传媒设计的基本概念 第二节 展示传媒设计的基本范畴第二章 展示传媒设计中的版面设计 第一节 展示版面设计的基本概念 第二节 现代展示版面设计的发展趋势 第三节 展示传媒设计与版面的设计原则 第四节 展示版面设计与点、线、面的构成 第五节 展示版面设计的基本要素 第六节 展示版面设计的视觉流程 第七节 展示版面设计的基本程序第三章 展示传媒设计与VI视觉识别系统 第一节 VI视觉识别设计系统的基本概念 第二节 展示设计与VI视觉识别系统基本范围 第三节 Vl视觉识别的美学原则 第四节 VI视觉识别设计典范：麦当劳 第五节 标志设计 第六节 标准色的设计 第七节 展示传媒设计的标志字体设计 第八节 VI案例解构第四章 展示传媒设计与视觉传达的平面设计 第一节 展示广告创意的来源与突破 第二节 展示广告图形设计 第三节 展示广告色彩设计第五章 展示传媒设计的装饰性设计 第一节 展示平面装饰设计 第二节 展示立体装饰设计 第三节 展示空间界面的色彩装饰设汁 第四节 展品陈列装饰第六章 展示传媒设计与多媒体技术应用 第一节 展示多媒体技术应用的基本概述 第二节 多媒体技术在展示设计应用的主要特征 第三节 多媒体技术与视觉传达设计的基本特征 第四节 展示设计中多媒体技术的应用要求 第五节 多媒体技术与展示传媒设计案例分析

第一图书网, tushu007.com

<<会展>>

章节摘录

第一章 概述　第一节 展示传媒设计的基本概念　展示设计的主要功能就是信息传达和商品营销活动，它是企业信息传达与社会交流的综合媒介，即交流信息的中间方式。
信息交流是通过相互之间的关系来实现，它的基本点是借助多种媒介方式的信息来改变他人的观点或行为。
企业参加相关会展的目的主要是通过设计师创造的展示形象和利用各种媒介方式来提升企业形象和品牌形象、介绍新产品和开发新产品、收集市场信息和研究市场动态、开发新市场和建立新客户等。
“展示传媒设计”的基本概念，即：展示的信息传达是在展示传媒设计过程中应用多种媒介，对展示的环境空间、展具、视觉传达方式或手段，做出完善的信息传达规划设计，形成全方位和多层次立体的信息传达空间，使该空间环境条件更有利于观众接收信息。
从而达到有效地宣传广告效果，强化企业形象与品牌的竞争力。
展示传媒设计应用的多种媒介方式包括：品牌形象设计（VI视觉形象识别系统）、视觉传达平面设计、音响视频设备、互动展示设备、展示道具等。
这是一种创造性的综合艺术设计活动。
第二节 展示传媒设计的基本范畴　一、展示传媒设计与品牌形象　在展示传媒设计中，运用品牌形象进行展示设计，具有四大基本特征：一是具有较高的知名度。
品牌形象在一定区域内具有较高的知名度和较大的影响力，普遍能得到业界的肯定和认可。
二是具有较好的规模成效。
品牌形象具有明显的成效，能吸引许多参展商、专业观众的参与，同时，也要具备相当的展位规模。
三是具有较强的权威性。
品牌展会具有一定的前瞻性和预见性，有明确的市场和专业观众，而且能提供几乎涵盖这个专业市场的所有信息。
从某种程度上讲，它能代表该行业的发展方向，拥有较强的声誉和可信度。
四是具有规范的服务和完善的功能。
同时，有针对性地安排一些配套活动。
’　从品牌形象的内容上讲，品牌形象则更注重专业化。
这不仅是品牌展会的内容，更是品牌展会的要求。
专业化在宏观上是指以专业贸易展为主导的发展方向；在微观上是指参展的策划和组织运作的具体过程的专业化，使展示设计在内容上形成强烈的差异化，设计形式上更为艺术化，给观众留下深刻的品牌印象。
展示设计行业在全球的发展已有百余年的历史，在欧美地区早已形成了成熟的体系和市场，但是在我国，会展设计业的发展尚属初级阶段，还是一个刚刚起步的朝阳产业，特别是品牌形象展示设计的基础比较薄弱，真正能与国际品牌形象竞争的寥寥无几，展示设计行业品牌化进程还存在着许多不尽如人意的地方，如市场化和开放程度低、资本流动受到限制、展示设计业自身建设相当薄弱、缺少高水平的展示设计专业人才等。
……

第一图书网, tushu007.com

<<会展>>

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