

<<图形创意>>

图书基本信息

书名：<<图形创意>>

13位ISBN编号：9787539810133

10位ISBN编号：7539810130

出版时间：2002-9

出版时间：安徽美术出版社

作者：张彪

页数：106

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>

<<图形创意>>

内容概要

全套教材根据教育部新近颁布的高等院校艺术教育专业教材的要求，针对当今教学工作的实际需要，本着三个基本原则编写：一 强调基础教育。

造型艺术的丰富性和复杂性，决定了它对基础知识和技能的要求十分严格，它需要科学而系统的学习与训练。

学生不仅掌握造型艺术的基本方法与技巧，而且更重要的是掌握必要的视觉形式规律。

二 注重美术素养。

无论美术教育还是艺术设计专业，我们培养出的学生不仅要有较好的基础知识，而且要有良好的美术素养、敏锐的视觉意识和高品位的审美情趣。

三 引导开拓创新。

为促使学生的思维从低级迈向高级，由必然王国进入自由王国的境界，本套教材不仅注重了专业基础知识的教育，而且注重了现代教学理念的融会，尤其注意视觉思维方式的引导。

它将使学生更加积极地面对今后的探索，对于启发创新具有十分重要的意义。

<<图形创意>>

书籍目录

概述第一章 图形的起源与发展 第一节 图形的演化 第二节 传统图形的象征和隐喻 一、中国图形的形式语言 二、外国图形的形式语言 第三节 现代图形的价值和意义 一、图形的信息符号 二、图形的视觉语言 三、图形的视觉传达第二章 图形创意的基础造型 第一节 图形基本形态研究 一、形态的分类 二、纯粹形态系列 第二节 基本形态的变化组形 一、点视图形 二、线视图形 三、面视图形第三章 图形创意的表现方式 第一节 图形创意特征 一、艺术的想像 二、超越法则 三、一形多义 四、重组同构 五、适形造型 六、异态共生 第二节 图形的创意设计 一、图形的创造性思维 二、图形的超现实主义 三、图形创意与格式塔原理 四、图形表现分类第四章 图形的商业传播 第一节 图形的商业价值 一、图形的商业标准 二、图形的商业意义 第二节 图形的视觉传播 一、目标与市场 二、主题与风格 三、引起注意 四、突出个性 五、视觉冲击第五章 图形创意的教学要求与课题训练 第一节 图形创意课程要求 一、图形创意课程教学目的 二、图形创意的课程与相关课程的衔接 第二节 课程训练类型 一、基础造型的创意 二、联想构思训练 三、主题创意训练图例欣赏后记 参考节目

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>