

<<品牌之旅>>

图书基本信息

书名：<<品牌之旅>>

13位ISBN编号：9787562134695

10位ISBN编号：7562134693

出版时间：2006-9

出版时间：西南师范大学出版社

作者：李巍

页数：91

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>

<<品牌之旅>>

内容概要

编撰本系列的初衷，本在于比较深入系统地探索标志设计这种艺术形式的基本原理和美学价值，以《品牌之旅》，《创意之维》、《图式之美》、《风格之魅》四个板块架构，分别探讨论述了标志社会的功能价值。

创意的基本法则、图形的视觉表述、风格的历史演变四个基本课题，以期能推动国内设计界在这个领域内的探索与研究，在编撰过程中吸收了现代品牌学、现代营销美学、名牌战略学、创造学、传播学、符号学、图形学、社会学等多方面的学术理论研究成果。

《标志设计艺术高级教程：品牌之旅》是系列之一《品牌之旅》。

<<品牌之旅>>

作者简介

李巍，1938年生，江苏连云港市人。

现为四川美术学院设计艺术系教授、硕士研究生导师、院教学委员会委员、享受国务院特殊津贴的专家、中国广告协会学术委员会委员、重庆市企业形象战略(CI)专家团专家、重庆市普通高校教学督导专家委员会委员。

曾任中国广告函授学院副院长、第四届和第八届中国广告节广告大赛优秀作品评选委员会委员、四川省广告协会顾问、四川省包装协会常务理事、重庆市广告协会顾问、重庆市高校高级职称艺术组评审委员、重庆市工艺美术职称评审委员等社会职务。

20世纪60年代初至70年代初在北京市包装装潢设计研究所从事包装及广告设计工作，70年代末期以来致力于艺术设计教育和艺术设计理论研究工作，先后出版《现代广告设计》、《广告策略妙招》、《广告设计》、《幽默广告艺术》、《女性形象广告》、《平面广告新思维》、《招贴广告新视角》、《标志设计》等设计理论专著二十余种。

在《国际广告》、《中国广告》、《广告摄影》等全国性

<<品牌之旅>>

书籍目录

一、当代品牌文化的独特魅力11. 品牌文化对人类的巨大影响12. 经济“原子弹”——品牌的力量63. 世界超级名牌的超黄金价值114. 称霸全球的世界超级名牌165. 塑造强势品牌的3种基本策略20二、品牌之旅与标志设计241. 名牌战略工程的重要意义与价值242. 一条必由之路——名牌企业与标志的艰难创造历程283. 有意味的名字——名牌标志的造名程序334. 图腾形象创造——名牌标志的设计策略38三、CIS——创造名牌的形象制胜战略431. 企业成长与企业形象战略432. CIS战略的历史轨迹483. 现代营销美学的巨大力量524. 通过审美设计创造识别形象56四、VIS基本要素的审美设计601. 通向社会大众心灵的桥梁——企业标志设计602. 视听同步的双向载体——企业标准字设计643. 一道诱人的彩虹——企业标准色674. 企业友好的使者——企业造型{吉祥物} 715. 丰富视觉节奏的美妙伴音——象征图形756. 在纷杂之中脱颖而出——版面编排模式77五、创造品牌形象的新战略1. 从IBM的兴衰谈CIS战略的成败2. 超越CIS战略让顾客满意的CS战略3. 建立永久性竞争优势的品牌定位识别

<<品牌之旅>>

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>