

<<现代设计大系>>

图书基本信息

书名：<<现代设计大系>>

13位ISBN编号：9787806356753

10位ISBN编号：7806356754

出版时间：2000-6

出版时间：上海书画出版社

作者：葛鸿雁 编

页数：767

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>

## <<现代设计大系>>

### 内容概要

随着经济与科技的迅猛发展，人们的生活观念发生了根本性的变化，新观念结合新材料、新工艺、新技术所进行的创造性活动，不断地激发、满足着人们新的需求。

与“人造物”直接相关的设计教育也在这一发展过程中日趋成熟。

国门的日益开放，国内外市场竞争的加剧，人们对物质产品的品质与外观无疑会有更进一步的要求；设计教育、研究与未来市场需求的联姻、与高科技手段的结盟以及国际间交流与协作已形成趋势。

基于对设计教育基础理论薄弱的忧虑，中国美术学院和上海书画出版社携手编撰出版了这套《现代设计大系》，以期为我国设计领域的基础理论做出一些踏实的工作，弥补目前教学中的不足，同时也可以借此增强我们师资联合体以及广大设计界人士的理论素质。

当然，对于这套书中所提出的理论设想和学科构架，需要更多实践者加以验证和优化，还需要更多理论家加盟其中，来提升这一研究领域的整体水平。

## 书籍目录

序序凡例引言目录原理篇 第一章 学科名称 第一节 语义的认识 第二节 学科意义 第三节 相关名称  
第二章 设计图象 第一节 设计图象的意义 第二节 设计图象的特点和功能 第三节 设计图象的类型  
第三章 设计图象要素(上) 第一节 字体 第二节 标志 第四章 设计图象的要素(下) 第三节 插图  
第四节 设计影像 第五节 电脑图形 第五章 设计图象生成 第一节 设计图象生成的概念 第二节 设计  
图象生成的要素 第三节 设计图象生成的途径 第六章 设计图象交流 第一节 设计图象交流的涵义  
第二节 设计图象交流的要素历史篇 第七章 图象的起源 第一节 实物记事图象 第二节 图画符号 第  
三节 原始包装图象 第八章 手工图象时代 第一节 古埃及和两河流域的手工图象 第二节 古代欧洲的  
手工图象 第九章 印刷图象时代 第一节 早期的雕版和活字印刷图象 第二节 东方彩色套印图象 第  
三节 18、19世纪的欧美印刷图象 第十章 系统图象时代 第一节 版面语言的发展 第二节 设计影像的  
出现 第三节 图象整合时期的来临应用篇 第十一篇 广告设计 第一节 广告设计的涵义 第二节 广告  
设计的图象构成 第三节 广告设计的图象形式 第四节 广告图象的传达通道——广告媒体 第十二章  
包装设计 第一节 包装设计的基本概念 第二节 包装设计的立体图象 第三节 包装设计中的平面图象  
第十三章 图书设计 第一节 图书设计的涵义 第二节 图书设计的形式 第三节 图书设计中的立体图象  
第四节 图书设计中的平面图象 第十四章 展示设计 第一节 展示设计的涵义 第二节 展示设计的类  
型 第三节 展示图象 第四节 陈列图象 第十五章 企业形象一体化(CI)设计 第一节 企业形象一体  
化(CI)设计的涵义 第二节 企业形象一体化(CI)设计的构成 第三节 企业象征 第十六章 多媒体  
传达设计 第一节 多媒体传达设计的涵义 第二节 多媒体传达设计图象类型 第三节 多媒体传达设计  
的内容后记主要参考书目

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>