

<<企业形象设计>>

图书基本信息

书名：<<企业形象设计>>

13位ISBN编号：9787806908648

10位ISBN编号：7806908641

出版时间：2006-6

出版时间：江西美术出版社

作者：朱琪颖

页数：114

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>

<<企业形象设计>>

内容概要

在高等艺术院校的设计专业中，企业形象设计作为一门专业课程，已有10多年的历史了，它的意义在于培养既有宏观的策划分析能力，又具备实际操作能力的专业人才。

对于我国的设计教育而言，企业形象是舶来品。

早在上个世纪50年代，随着新的市场观念的形成，营销成为了企业发展的根本依据，很多的欧美企业通过标志、字体、色彩、包装、广告等一系列设计推广，来树立自己的企业形象，从而达到销售产品的目的，企业形象设计由此而得名。

本书是《高等艺术院校设计专业教学大参考》系列之一，内容包括企业形象的发展历程、企业形象的架构、从理念到策略、标志设计等。

<<企业形象设计>>

书籍目录

第一章 企业形象的发展历程 形象设计的起源 现代企业形象设计 “CI” 风潮 理性定位第二章 企业形象的架构 统一型的企业形象 多元型的企业形象 品牌型的企业形象第三章 从理念到策略 企业形象建设的动因 明确目标受众 调查与交流 形象策略的设定 将理念视觉化 企业及品牌的命名 命名的原则第四章 标志设计 标志的发展历程 标志的定义 标志设计的原则 标志设计的构思 标志的造型表现 标志设计的发展趋势第五章 形象要素的提炼 色彩设计 标准字体设计 辅助图形设计 卡通形象第六章 应用系统的设计开发 事务用品 包装设计 交通工具 服装饰品 环境视觉 展示陈列 广告媒体 形象手册第七章 标志及企业形象设计赏析

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>