

<<VI设计学与用>>

图书基本信息

书名：<<VI设计学与用>>

13位ISBN编号：9787811237030

10位ISBN编号：7811237032

出版时间：2009-8

出版单位：清华大学出版社有限公司

作者：易健 编

页数：103

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>

前言

VI设计是现代企业经营战略的重要手段，是企业品牌建设的重要组成部分。随着社会的进步、经济的发展，人们对CIS越来越重视；尤其是企业界，几乎所有的大小企业都有“CI”意识，大部分企业负责人都想拥有一套比较完整的CIS，希望借助CIS更好地促进公司发展。在这种有利环境的影响下，现代的CIS设计，无论在教育领域，还是在设计应用上都有了“质”的变化。

毋庸置疑，CIS在提高企业形象、传播信息及促进产品销售等方面起到了无可替代的作用。但现在社会上不少院校（尤其是职业院校），在CIS教学方面，与市场需求存在一定的脱节，教材建设更是严重滞后。

本书作者在设计公司进行过长时间的设计实践，也在高等院校及职业院校担任“VI设计”课程教学任务。

与国内外设计院校、设计公司等展开多项设计和科研课题合作，交流设计思想与教学方法。本书结合作者多年的VI设计实践和教学心得，精心策划、编写，力求融科学性、理论性、实用性与欣赏性为一体，对某些陈旧的、已经不适合当今设计需求的教学内容进行了修改，更重视视觉设计教学领域中新的培养目的，强调“市场需求”的教学指导方针，使理论与实践紧密结合，“教学”与“市场”接轨。

希望本书能对广大平面设计专业学生与平面设计爱好者有所帮助，受到大家的欢迎！

<<VI设计学与用>>

内容概要

VI设计是现代经济发展的产物，它随着全球经济发展变化在不断变化，具体是指围绕品牌形象而进行的一系列视觉识别设计。

它包含了对品牌标志、标准字、标准色、辅助图形及办公用品、服装、标识牌、广告规范、交通工具等的设计，并且在媒体上运用。

在现代“VI设计”教学中，我们要认识到VI设计的重要性，根据市场需求来更新教学内容和方式，使VI教学紧跟市场需求，适应社会经济发展需要。

专业教师在传授与指导学生进行VI设计时，不仅需要开拓学生的思路，激发学生的学习热情，更重要的是要使他们懂得VI设计的具体应用，认识到设计创意不能脱离社会需求。

本书以市场需求为核心，力求将设计与市场这两种元素较好地结合起来，尽可能达到前瞻性、应用性和示范性的统一，满足广大读者“学与用”的实际需求。

本书共分为6章，系统地介绍了VI与CI的关系，VI基础部分设计制作(如企业的标志、标准字、标准色、基本元素组合规范等)、VI应用部分设计制作(如办公事务用品、旗帜、招牌指示、服装、交通工具、环境等)、VI手册的管理与维护及VI设计制作与常用计算机软件关系等。

本书所选VI设计资料图片颇具代表性，使读者对VI设计有一个整体的认知和了解，同时为以后的设计实践提供参考资料。

书籍目录

第1章 CI简介 1.1 CI的定义 1.2 CI的构成 1.3 CI的功能 1.4 CI手册设计流程 1.5 CI的导入时机第2章 VI(视觉识别)设计概述 2.1什么是VI(视觉识别) 2.2 VI的设计原则 2.3 VI的设计程序 2.4 VI的构成要素 2.4.1 基础部分 2.4.2 视觉识别应用要素系统第3章 VI(视觉识别)基础系统设计 3.1 企业名称与品牌名称 3.2 标志设计和标志创意说明 3.2.1 企业标志设计主题题材的选择 3.2.2 企业标志设计的形式美法则 3.2.3 标志设计的步骤 3.3 标准字体设计 3.4 标志的尺度制图 3.4.1 标志的制图法 3.4.2 标志尺寸的规定与缩小的对应 3.5 标志与标准字体的组合 3.6 标准色彩与辅助色彩的设计 3.7 辅助图形的设计 3.8 吉祥物的设计 3.9 禁用组合范例 3.10 中英文指定印刷字体 3.11 优秀具象构成标志实例 3.12 优秀抽象构成标志实例 3.13 优秀文字构成标志实例 3.14 优秀数字构成标志实例 3.15 优秀综合构成标志实例第4章 VI(视觉识别)应用系统设计 4.1 VI的开发与扩展 4.1.1 VI开发的意义 4.1.2 VI开发的作用 4.1.3 应用系统设计的内容 4.2 事务用品类的设计 4.2.1 名片 4.2.2 信封 4.2.3 信纸 4.3 包装用品类 4.4 旗帜规划类 4.5 媒体宣传风格类 4.5.1 视觉媒体 4.5.2 听觉媒体 4.5.3 视听两用媒体 4.6 室内外指示系统类 4.7 员工制服类 4.8 环境风格类 4.8.1 建筑外观 4.8.2 办公室环境 4.8.3 店铺环境 4.9 交通运输工具类 4.10 展示类 4.10.1 展示的功能 4.10.2 产品展示活动的类型与设计第5章 VI(视觉识别)手册与常用计算机软件 5.1 编制VI手册 5.1.1 VI手册的编制形式 5.1.2 VI手册的内容第6章 VI设计(视觉识别)案例参考文献

章节摘录

第1章 CI简介 1.4 CI手册设计流程 CI的规划与导入应是分步骤、有计划的进行，其设计流程大约可分为以下5个阶段。

第一，企业实态调查阶段：把握公司的现况、外界认知和设计现况，并从中确认企业实际给人的形象感受。

第二，形象概念确立阶段：以调查结果为基础，分析企业内部、外界认知、市场环境与各种设计系统的问题，来拟定公司的定位与应有形象的基本概念，作为CI设计规划的原则依据。

第三，设计作业展开阶段：将企业的基本形象概念，转变成具体可见的信息符合，并经过精致作业与测试调查，确定完整并符合企业需求的识别系统。

第四，导入阶段：确定实施项目的优先顺序，将设计规划完成的识别系统制作成册，使其规范化、标准化。

第五，监督、评估阶段：CI的设计规划仅是前置陞的计划，要使企业形象落到实处，必须经常监督评估，如发现原有设计规划有不足时，应及时加以修正，不断完善，力求“最好”。

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>