

《旅游视觉形象传播与设计》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2011年05月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787543219236

编辑推荐

目前，有关旅游视觉形象传播与设计方面的教材与论著并不多见。一个不可否认的事实是，现代科技文明以及博大精深的中国旅游活动、旅游文化及其所包容的旅游视觉文化将继续推动我国旅游业的发展。不同旅游视觉领域具有各自不同的特点，把握好设计规律和设计方法，可有效地表达、识别各具个性的旅游视觉形象。章晓岚的《旅游视觉形象传播与设计》旨在通过新的视角和系统理论研究促进旅游视觉形象建设，探索能够代表自身视觉特点，且被社会广泛接受的旅游视觉形象。

内容简介

本书主要论述旅游视觉形象基本概念、旅游视觉传播的目的及特点，视觉语言、数字技术的运用和形态，色彩情感的把握，视觉形象的基础设计要素、表现及程序，广告、纪念品、形象网站、景观与城市标识、服务人员等视觉形象设计方法。

本书的要义是学习、掌握视觉形象在旅游业中传播的规律、特征，把握旅游视觉文化及视觉审美形式，使学生能够熟练应用旅游视觉形象的设计方法。

作者简介

章晓岚，上海商学院艺术设计学院副教授，中国服装设计师协会会员，上海市美术家协会会员。长期从事艺术设计教学与科研工作，曾获巴黎国际青年时装设计大赛国家二等奖、江西省第12届美术作品展二等奖等，发表论文30余篇，出版著作1部。

目录

第一章 视觉形象概述

第一节 形象与视觉形象

第二节 中国早期视觉形象

第三节 现代商业视觉形象

第四节 旅游视觉形象

第二章 旅游视觉形象传播

第一节 旅游视觉形象传播的意义

第二节 旅游视觉形象传播要素

第三节 旅游视觉形象传播模式

第四节 旅游视觉形象传播效果

第三章 旅游视觉审美与文化现象

第一节 旅游文化概说

第二节 旅游视觉与视觉审美

第三节 旅游视觉文化现象

[显示全部信息](#)

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)