

L'identité visuelle des musées à l'ère des marques

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : L'identité visuelle des musées à l'ère des marques [Texte imprimé] / Gwenaëlle de Kerret ; préface de Catherine Guillou

Auteur(s) : Kerret, Gwenaëlle de

Autre(s) responsabilité(s) : Guillou, Catherine (1959-....) (Préfacier)

Publication : Paris : la Documentation française, DL 2019

Fabrication / Impression : Paris : la Documentation française

Description matérielle : 1 vol. (279 p.) : ill. en coul. ; 24 cm

Collection : Musées-mondes

ISBN : 978-2-11-145843-7

EAN : 9782111458437

Appartient à la collection : Musées-mondes 1962-719X 2019

Autres classifications : 060

Classification décimale Dewey : 069 23

Résumé ou extrait : La notion d'identité visuelle semble désormais s'enraciner dans le monde des musées. Les identités visuelles de musées se situent au confluent du marketing de l'esthétique et du patrimoine. Cet ouvrage se propose d'établir dans quelle mesure les systèmes de signes visuels sont comparables à celui d'une marque ; mais aussi de détecter leurs particularités, la dynamique propre qu'elles mettent en place étant donné leur ancrage dans l'univers culturel.

Sujet - Nom commun : Identité visuelle
Musées -- Signalisation
Sémiotique et musées

Adresse électronique et mode d'accès : 385462
385463