

<<企业形象策划>>

图书基本信息

书名：<<企业形象策划>>

13位ISBN编号：9787562919780

10位ISBN编号：756291978X

出版时间：2006年1月1日

出版单位：武汉工业大学

作者：白玉

页数：415

字数：402000

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>

<<企业形象策划>>

内容概要

本书具有以下鲜明的特点： 1. 内容丰富，形式活泼，可读性强。

教材始终以全国教育工作会议和教育部关于教材改革与教材建设的最新精神为指导，以培养学生有效获得系统的专业知识、专业技能为主线，大量运用图表、案例对企业形象及其策划的理论进行演绎，并在每章正文后增加了“本章小结、关键词、思考题（或习题）、案例分析”等内容，富有可读性和吸引力，使人读来不感乏味而深受启迪，十分有利于学生对相关知识与理论的学习和掌握，有利于学生分析问题和解决问题的能力训练与提高。

2. 中西合璧，求实创新。

教材坚决反对原原本本的“拿来”主义或完完全全的“中国化”两种教材建设的极端思想，而是实事求是地研究中外企业形象战略的具体实践，即：一方面十分重视总结我国企业实施形象战略的具体经验与教训，将其升华到理论的高度；另一方面也充分借鉴国外一些最具代表性和普遍适用性的企业形象战略新理论、新方法，从而体现了作者的既博采中外之所长，又独树一帜的追求。

3. 全面系统，具有不可替代的应用价值。

企业形象战略策划是一门集企业经营管理学、工艺设计学、语言学、美学、行为学等多学科理论、方法于一体的艺术性很强的学科。

本教材充分反映了企业形象策划与实施的客观规律，体现了现代企业形象策划理论的系统性、规范性和可操作性，能有效地指导企业形象策划活动的开展。

它具有工商管理类其他学科所不可替代的地位和作用。

<<企业形象策划>>

书籍目录

第一章 企业形象概述 第一节 企业形象的产生与发展轨迹 第二节 企业形象的科学内涵 第三节 企业形象的评价
第二章 企业形象策划的内涵与原则 第一节 企业形象策划概念的科学界定 第二节 企业形象策划创意的内涵、特征与方法 第三节 企业形象策划的基本原则
第三章 企业形象策划的科学流程 第一节 企业形象策划的前期准备 第二节 企业形象策划的实态调查 第三节 编制总概念报告书(第四节 企业形象策划的组织实施
第四章 企业总体形象策划 第一节 企业形象定位 第二节 企业理念识别系统策划 第三节 企业行为识别系统策划 第四节 企业视觉识别系统策划
第五章 企业特殊形象策划 第一节 企业产品形象策划 第二节 企业经营形象策划 第三节 企业社会形象策划 第四节 企业环境形象策划 第五节 企业员工形象策划
第六章 公共关系与广告策划 第一节 公共关系策划 第二节 企业广告行为策划
第七章 企业形象策划评价与跟踪控制 第一节 企业形象与企业经营业绩之间的关系 第二节 企业形象价值的测算 第三节 企业形象策划对企业经营贡献的评价
第八章 企业形象的矫正、巩固与变革 第一节 企业形象战略的生命周期理论 第二节 企业形象战略的早期失效与矫正 第三节 企业形象的易碎性与企业形象的巩固 第四节 企业形象战略晚期失效与形象战略的变革

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>