

<<企业识别系统--市场竞争的战略>>

图书基本信息

书名：<<企业识别系统--市场竞争的战略>>

13位ISBN编号：9787801241160

10位ISBN编号：7801241169

出版时间：1995-12

出版时间：中国水利水电出版社

作者：陶济

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>

<<企业识别系统--市场竞争的战略>>

内容概要

内容提要

本书是为中国企业导入企业识别系统、实施企业形象战略而编写的。

内容包括：企业形象战略、CIS运动、企业识别标志、视觉识别基础系统、视觉识别应用系统、行为识别系统、观念识别系统、企业识别手册、企业识别系统定位、导入过程管理，另设有附录 中国导入CIS大事记。

本书剖析了当

代市场竞争的发展势态，精选了国内外企业成功导入企业识别系统的大量实例，阐述了企业识别系统的国际惯例和规范，具体分析了中国企业导入企业识别系统的经验教训。

内容丰富，资料翔实，文笔流畅，可读性强。

本书可

供从事企业形象设计的研究、管理人员使用。

<<企业识别系统--市场竞争的战略>>

作者简介

作者简介

陶济上海市人，生于

1945年6月。

1968年9月毕

业于北京师范大学中文系。

1981

年7月北京大学哲学系欧洲哲

学史专业研究生毕业，并获硕士学位。

位。

历任浙江省委党校、浙江树人大

学等院校副教授、教授，兼任中美合

资杭州美登高食品有限公司、浙江

人民美术出版社等企事业单位顾

问。

撰有《欧洲哲学史著名命题史

话》（1989）、《山水美与建筑园林》

（1993）、《CIS导入第一步》（1994）、

《设计、效益》（1994）等专著和论文。

<<企业识别系统--市场竞争的战略>>

书籍目录

- 目录
- 总序
- 前言
- 第一章 一决雌雄的企业形象战略
 - 第一节 当代市场竞争决胜于名牌产品竞争
 - 第二节 创造名牌产品取决于现代工业设计
 - 第三节 创造产品名牌取决于企业识别设计
 - 第四节 企业形象战略辨正
- 第二章 一大壮观的CIS运动
 - 第一节 美国IBM公司奏响序曲
 - 第二节 日本马自达公司别开生面
 - 第三节 台湾味全公司后来居上
 - 第四节 广东太阳神公司初试锋芒
- 第三章 一见钟情的企业识别标志
 - 第一节 企业识别标志的识别同一性
 - 第二节 标准名称
 - 第三节 标准字体图形和标准形象图形
 - 第四节 标准色彩
 - 第五节 标准组合
 - 第六节 企业标志与产品商标的同一
- 第四章 一目了然的视觉识别基础系统
 - 第一节 视觉识别系统的基本特点
 - 第二节 视觉传播为主的视觉识别设计
 - 第三节 标准名称、标准图形、标准色彩的设计开发
 - 第四节 企业识别标志变体的设计开发
 - 第五节 专用其他品牌的设计开发
- 第五章 一目了然的视觉识别应用系统
 - 第一节 标牌和车辆的设计开发
 - 第二节 包装用品的设计开发
 - 第三节 业务、办公、公关用品的设计开发
 - 第四节 广告和媒介的设计开发
 - 第五节 内外环境的设计开发
 - 第六节 工作制服的设计开发
 - 第七节 听觉识别项目的设计开发
- 第六章 一见如故的行为识别系统
 - 第一节 行为识别系统的基本特点
 - 第二节 心理传播为主的行为识别设计
 - 第三节 行为识别系统的构建
- 第七章 一统全局的观念识别系统
 - 第一节 观念识别系统的基本特点
 - 第二节 语义传播为主的观念识别设计
 - 第三节 观念识别系统的构建
- 第八章 一定之规的企业识别手册
 - 第一节 企业识别手册的编制方式
 - 第二节 视觉识别手册的编制

<<企业识别系统--市场竞争的战略>>

- 第三节 行为识别手册的编制
- 第四节 观念识别手册的编制
- 第五节 视觉识别手册的编制实例
- 第九章 一泻千里的企业识别系统定位
 - 第一节 企业识别系统的市场定位
 - 第二节 企业识别系统的设计定位
 - 第三节 企业识别系统的实施定位
- 第十章 一丝不苟的导入过程管理
 - 第一节 操作流程和管理网络
 - 第二节 企业形象咨询
 - 第三节 统一设计和阶段实施
 - 第四节 企业识别系统的动态调整
- 附录 中国导入CIS大事记
- 参考文献

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>