

《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

出版社：中国水利水电出版社

作者：陶济

页数：295

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.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。

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。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。

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

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

《企业识别系统--市场竞争的战略》

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:www.tushu111.com