第一图书网, tushu007.com

<<企业形象设计>>

图书基本信息

书名：<<企业形象设计>>

13位ISBN编号：9787040200492

10位ISBN编号：704020049X

出版时间：2006-9

出版时间：高等教育出版社

作者：周旭、罗仕鉴

页数：133

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

前言

经济全球化／竞争无国界化的崭新格局，正引发着企业自工业社会诞生以来最深刻的变化。
我们身处的这个时代是一个全方位竞争的时代。
企业之间的竞争已经不仅仅是停留在某些个别方面或者单一层面上的传统意义上的竞争，而是从个别或者局部的产品竞争、价格竞争、技术竞争、资源竞争等转向了企业形象及其整体实力的竞争。
谁能够在强手如林的竞争中树立起良好的企业形象，为广大消费者所认同，谁就能够立于不败之地。
CIS是现代企业经营发展的一种全新概念，是一种借改变企业形象，注入新鲜感，使企业更能引起外界注意进而提升业绩的经营技巧。
CIS是一种意识，是一种文化，是一种战略。
CIS由理念识别、行为识别和视觉识别三个方面构成，是以理念识别为基础、行为识别为主导、视觉识别为表现的整合工程。
有些企业仅仅有一个标志或一本VI手册就片面地认为是导入了CI系统，以vI代替CI系统设计是对CI缺乏全面认识的非科学态度，是一种急功近利的短期行为表现。
CIS正确的导入程序是调研、整合与实施三个必要的阶段，而目前有些企业往往忽视了CIS前期的市场调研，仅依靠主观对市场的估计，凭空构造出来的企业形象，经不起时间的考验，随着市场格局的变化，这样的cIs的计划在传播、宣传企业的同时也失去了必要的保证。
积极推广正确的CI战略能为企业注入新的活力，成为一种非常经济、有效的传达信息的手段。
有助于缩小我国企业与发达国家企业的差距，对于摆脱困境，进行二次创业，深化改革、对外开放、参与国际间的竞争，有着深远的战略意义。
本书是作者在长期的研究以及大量项目实践的基础上的成果。
由于时间有限，时代也在不断发展，不足之处还望各位专家学者批评指正！

内容概要

《企业形象设计》从企业形象引论、CIS的功能与特性、企业理念塑造、企业行为规范与管理、企业视觉系统设计开发等方面系统地阐述了企业形象设计的理论与实践，对企业形象设计的构思与实践具有一定的指导作用。
另外，《企业形象设计》还收集了大量国内外优秀企业形象设计的实例，图文并茂地对企业形象设计进行了较为完整和系统的介绍。
《企业形象设计》还附赠教学光盘，有助于读者掌握学习方法并提升设计能力。
《企业形象设计》适用于艺术设计、企业管理、工业设计、市场营销等专业的大学师生，也适用于研究企业形象、企业文化的管理人员和营销人员学习使用。

书籍目录

第一章 引论第一节 什么是CIS第二节 CIS的内容第三节 CIS的发展第二章 CIS的功能与特性第一节 实施CIS的意义第二节 CIS的特性第三章 如何导入CIS第一节 成功实施CIS的前提条件第二节 何时导入CIS第三节 导入CIS的策划设计程序第四节 CIS策划设计前的调查研究第四章 企业理念塑造第一节 塑造企业的灵魂第二节 理念传播的内容第五章 企业行为规范与管理第一节 企业行为的作用第二节 行为识别的方式与形态第六章 企业视觉系统设计开发第一节 视觉系统的作用第二节 基本要素系统第三节 应用要素系统第四节 CI手册的制定参考文献附录 企业形象设计实例

第一图书网, tushu007.com

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