

<<中小企业CIS策划>>

图书基本信息

书名：<<中小企业CIS策划>>

13位ISBN编号：9787109074781

10位ISBN编号：7109074781

出版时间：2002-07-01

出版时间：中国农业出版社

作者：张正河,朱红恒

页数：179

字数：125000

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>

<<中小企业CIS策划>>

内容概要

21世纪的世界经济，正日益从狭小的地方经济、区域性经济向全球一体化经济发展，各企业间的竞争已由局部的产品竞争发展到立体的全方位的整体实力性竞争。

生存和发展的双重压力，国内和国际的双重竞争促使中国企业必须努力寻求获得竞争优势的法宝。

以企业形象战略为核心的CIS（企业识别系统）被称为当代工业社会最有效的竞争战略之一，该系统可以帮助企业树立产品和企业形象，制定营销战略，提高消费者对企业的认知程度，在日益复杂的市场经济中扮演着越来越重要的角色。

本书对CIS的产生、发展和应用进行了简单的透视，重点从品牌、危机、宣传、VI设计、广告与媒体入手，研究提升企业形象的各种技巧，并为企业进行CIS设计和寻找代理机构提出一些参考意见。

<<中小企业CIS策划>>

书籍目录

前言走进CIS策划时代 CIS CIS构成 导入CIS有何好处 CIS的发展历程 CIS的实施与效果测评 CIS的美国模式 美国一麦当劳范例 CIS的日本模式 日本的三菱范例 中国企业CIS现状与问题 CIS的新思潮、新观点 企业CIS建设准则加强CIS设计 塑企业形象 企业形象 企业形象调查 厂牌决策 多视角透视品牌 面向客户的策划 对客户宣传的方法 企业危机 企业危机显性化 危机的预防管理 危机管理手册的制作 危机发生之际的对策 企业危机的事后管理 不同对象的危机对策 企业危机公关 面向一般消费者的对策 意见及意见处理 意见处理的原则 招聘宣传的方法 编写招聘指南的基本原则 面向投资者的对策 对投资者宣传的方法视觉(VI)设计 VI基本要素 VI应用要素 企业标志 商标与企业标志 设计企业标志的基本原则 企业标志主题选择 企业标志设计程序 企业标志的变种 企业标准字 企业标准字的特征 企业标准字的设计程序.....CIS策划与媒体广告CIS的委托方与被委托方参考文献

<<中小企业CIS策划>>

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>