

<<CI企业形象设计>>

图书基本信息

书名：<<CI企业形象设计>>

13位ISBN编号：9787313043412

10位ISBN编号：7313043414

出版时间：2006-6

出版时间：上海交通大学出版社

作者：支林

页数：92

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>

<<CI企业形象设计>>

内容概要

本书主要叙述了CI战略的概念、特点以及功能与作用。

通过CI的历史沿革与现状的分析对企业形象的视觉传达设计、从视觉形象传达到整体形象识别及从商标品牌到产品视觉统一设计等对CI战略的理论依据做了较为概括的介绍。

为便于学习，书中每章配有学习要点及练习题。

本书可作为高等院校相关专业的教材，也可供广大广告设计人员学习参考之用。

<<CI企业形象设计>>

书籍目录

第一章 CI概论 第一节 CI战略的基本概念 第二节 CI战略的特点 第三节 CI战略的功能和作用第二章 CI的历史沿革与现状 第一节 企业形象的视觉传达设计 第二节 从视觉形象传达到整体形象识别 第三节 从商标品牌到产品视觉统一设计第三章 CI战略的理论依据 第一节 企业传播与CI战略 第二节 企业文化与CI战略 第三节 企业识别CI战略第四章 企业形象的市场调查 第一节 企业市场调查 第二节 市场调查方法与内容分类 第三节 市场调查的设计第五章 CI战略的策划与导入 第一节 CI战略自勺导入时机与程序 第二节 企业形象定位 第三节 企业名称设计 第四节 企业视觉结构与传播第六章 理念识别系统 第一节 企业理念定位 第二节 传播过程模式(企业理念的内、外部传播) 第三节 企业理念设计第七章 企业行为识别系统第八章 企业视觉识别系统 第一节 视觉识别系统 第二节 VI的基础要素设计系统 第三节 企业标准字体 第四节 企业标准色系列 第五节 辅助性视觉要素 第六节 应用要素第九章 案例

<<CI企业形象设计>>

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>