

<<企业形象策划>>

图书基本信息

书名：<<企业形象策划>>

13位ISBN编号：9787313075321

10位ISBN编号：7313075324

出版时间：2011-7

出版时间：上海交通大学出版社

作者：汪秀英 主编

页数：317

字数：405000

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>

## <<企业形象策划>>

### 内容概要

《21世纪普通高等教育规划教材·市场营销系列：企业形象策划》以策划为主线，贯穿企业在自身发展与运行中需要策划的各项工作的，包括策划契机的把握，策划方法的选择，策划程序的确定，各项策划工作的开展，如营销策划、品牌策划、CIS策划、服务策划、公关策划、广告策划、新闻策划、危机策划、网络运营策划、策划的效果评估等。对这些策划工作的实际运营要求，策划所关注的核心问题等进行了全面的阐述。

《21世纪普通高等教育规划教材·市场营销系列：企业形象策划》可作为高等院校相关专业的教学用书，也可作为企业家、策划专家、管理者、职业经理及热心策划事业的各界朋友的指导用书。

## <<企业形象策划>>

### 书籍目录

#### 第一章 企业形象策划导论

##### 第一节 策划的含义与类型

##### 第二节 企业形象策划的原则与方法

##### 第三节 企业形象策划的基本程序

#### 第二章 营销与品牌策划

##### 第一节 营销策划的基本概念

##### 第二节 营销策划的方法和工具

##### 第三节 品牌运行策划

#### 第三章 企业CIS系统策划

##### 第一节 CIS的基本含义

##### 第二节 CIS的导入时机

##### 第三节 CIS的运行方法

##### 第四节 CIS导入的基本程序

#### 第四章 企业理念系统策划。

##### 第一节 对企业理念系统的认识

##### 第二节 理念系统的构成要素

##### 第三节 理念手册的制定

##### 第四节 理念系统的贯彻

#### 第五章 企业行为识别系统

##### 第一节 企业行为识别系统的特征与内容

##### 第二节 企业员工手册

##### 第三节 企业岗位手册

##### 第四节 企业营销手册

#### 第六章 企业视觉识别系统；

##### 第一节 企业视觉识别系统的特征与依据

##### 第二节 企业视觉识别系统的内容

##### 第三节 企业视觉识别系统的设计

##### 第四节 企业视觉识别系统的推广

#### 第七章 服务规程策划

##### 第一节 服务规程策划概述

##### 第二节 饭店行业服务规程

##### 第三节 消费品类企业服务规程

##### 第四节 商贸企业服务规程

#### 第八章 企业传播活动策划

##### 第一节 企业公关活动策划

##### 第二节 新闻传播活动策划

##### 第三节 公关新闻的策划

.....

#### 第九章 广告创意策划

#### 第十章 危机管理策划

#### 第十一章 网络传播策划

#### 第十二章 形象策划效果评估

#### 参考文献



## 章节摘录

3.平面广告 平面广告媒体泛指以长、宽两个维度存在和显现的所有广告媒体，运用平面媒体传播有关商品信息的广告，就是平面广告。

平面广告是迄今为止历史最长、构成最复杂的广告媒体。

我们常见的平面媒体广告形式主要有报纸广告、杂志广告、招贴广告、邮寄广告、墙体广告、路牌广告、灯箱广告、条幅广告、POP广告……在电子技术飞速发展的今天，平面广告仍能占有重要的一席之地，可见平面广告在竞争中存在着其他广告形式不可替代的特点：第一，形式灵活——平面广告排版非常灵活，有文字、有图案，文字可以横排也可以竖排，字号可大可小，字体可方可圆，能够增加美感，吸引广告受众的注意。

第二，接受方便——对于受众来说，无需花费太多的经费，或者根本不用花费，就可以接收到广告信息。

另外，平面广告携带、阅读等都非常方便。

第三，便于存留——便于存留也就意味着广告有可能再次进入受众的视线，发挥广告效益。

第四，价格低廉——绝大多数的平面广告费用都比影视、广播等广告费用低廉。

由于受二维平面媒体的影响，平面广告也有其局限性：第一，它只能诉诸受众的视觉。

第二，它只能对有一定文化水平的人发挥作用。

第三，平面广告均为静态的，不能让人感觉到物体的运动。

4.实物广告 实物广告是指以具体的物体作为广告媒介的广告形式，实物广告多种多样，大多以立体的形式出现，如我们常见的服装广告、气球广告、充气模具广告、建筑广告、雕塑广告等等。实物广告在现今的广告中扮演的角色越来越重要，他们具有生动活泼的造型、惟妙惟肖的姿态，有强大的传播功能……实物广告形式多样，具有广阔的宣传范围和强大的宣传攻势。

实物广告的种类众多，不同形式的实物广告又有各自不同的特点，如模具广告形象生动、气球广告小巧玲珑（小气球），极具张扬气质（热气球）、雕塑广告沉着稳重，建筑广告风光惹眼……这些实物广告都在通过不同的途径传播着大量的信息。

五粮液集团在所在地的建筑、雕塑、园林等上面都做上了广告，可以说他们是充分展现实物广告魅力的代表，从五粮液集团的东大门到西大门，分布着一个个宏伟高大或精美绝伦的建筑、雕塑、园林、绘画、工艺美术、书法、篆刻、文学艺术等作品，是风景所在也是广告所在。

五粮液集团十里酒城，分为东大门、酒文化博览馆、奋进塔、鹏程广场、酒圣山、安乐泉、世纪广场、果酒公司及财富宾馆九大景区。

主要有以“东大门”、“五粮液酒文化博览馆”、“奋进广场”、“鹏程广场”、“日月宫”、“总部大厦”等为代表的气势宏大的现代建筑艺术景点；又有以“酒圣”、“奋进”、“参天大树”、“五粮液史话”、“人面鹰身”、“五粮神女”、“饮品八仙”、“杨惠泉”、“邓子钧”、“观沧海”等人和物为代表的精美的雕塑艺术景点；有以“酒圣山”、“安乐泉”、“五粮液大道”、“世纪广场”等为代表的综合园林艺术景观；更有酒文化博览馆、日月宫内外众多的书法、摄影、五粮液包装、展品等文化、装饰艺术品等等。

……

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>