

<<什么是品牌设计>>

图书基本信息

书名：<<什么是品牌设计>>

13位ISBN编号：9787500684923

10位ISBN编号：7500684924

出版时间：2009-2

出版时间：中国青年出版社

作者：马修·赫利

页数：256

译者：胡蓝云

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>

<<什么是品牌设计>>

内容概要

《什么是品牌设计》探讨了专业人士与品牌抽象概念、文化及属性之间的复杂关系，同时还解决了包装设计、标志制作和网络科技方面的具体细节，一直以来，这些都是设计师和专业人士灵感的来源。

由于一切事物都趋向于全球化，因此良好的品牌设计变得越来越关键。

《什《什么是品牌设计》就这个复杂的话题做了浅显易懂的分析。书中讨论了品牌的现状，探究了品牌设计的过程，分享了一些理念。任何人都可以将这些理念运用到自己的品牌设计的实际挑战中去。

具体分析：《什么是品牌设计》一书研究了品牌设计规则在不同行业领域中的应用。它分析了品牌设计的重要内容，其中包括品牌设计的组成要素（定位，品牌故事、设计、定价和客户关系），品牌设计的适用范围（产品、服务，组织、人和地区），以及品牌设计能够取得的效果。

案例研究：案例分析中展示了国际广告运动中的代表作，详细介绍了它们是如何运作的，为什么具有那么大的影响力，以及我们可以从中学到的经验。

《什么是品牌设计》既注重设计专业知识，也注重其他相关理论。

<<什么是品牌设计>>

书籍目录

要点什么是品牌设计？

品牌设计做什么？

谁拥有品牌？

品牌发展之路坚持与改变品牌设计品牌设计、广告宣传、公共关系和市场营销故事、经历与情感真实性品牌探索永久的品牌：现实还是神话？

品牌的延伸、联合与合作还有什么可以成为品牌？

男性与女性全球化商标保护与知识产权品牌估价动机与辩护消费者的力量品牌顾问以及品牌的未来具体分析核心利益与市场定位理念创意价值观生活方式品牌个性产品设计品牌名称标识颜色字体视觉风格图像主题听觉、嗅觉、味觉与触觉包装商品、环境与招牌定价广告宣传效用与公共关系备选的市场营销方式品牌大使和内部品牌设计客户支持快速消费品耐用品服务组织机构地区品牌设计作品与分析Landor Associates品牌咨询公司FitchHa on Dodge Creative设计公司Inaria设计公司Interbrand管理顾问公司Irving设计公司Lippincott Mercer设计公司Minale Tatte field Design Strategy公司Tipping Sprung设计公司Pentagram设计下作室Oskar：零售体验Horizon Fitness：产品品牌再设计Lago di Garda：地域品牌再设计Florida Blue：品牌延伸Mini Cooper：品牌复兴Carluccio‘s：讲故事IEEE：命名附录术语表推荐书目索引致谢

<<什么是品牌设计>>

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>