

<<中国CIS策划实务>>

图书基本信息

书名：<<中国CIS策划实务>>

13位ISBN编号：9787501777044

10位ISBN编号：7501777047

出版时间：1970-1

出版时间：第1版 (2006年8月1日)

作者：陈洪涌

页数：396

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>

## <<中国CIS策划实务>>

### 内容概要

CIS策划设计是CIS学科体系的重要组成部分，也是我国策划界目前最为薄弱的环节之一。本书是作者在CIS领域从业十多年的基础上，历时两年时间编著而成的CIS策划师培训教材。全书分九章，共五十一节，以“少理论，多技法”的风格，对CIS策略设计的原则、特点、程序、内容、方法、技巧及CIS推进、管理、传播、评估等作了详尽而有条理的阐述。书中列举了大量生动的实例，有助于读者对本书所述内容的理解，具有很强的实用性。

## <<中国CIS策划实务>>

### 作者简介

陈洪涌，经济学硕士，EMBA，经济师，注册高级策划师。  
中国企业形象设计委员会理事，中国CIS资质评审委员会委员，中国CIS行业标准制定专家小组专家，  
上海市创意产业策划专委会常委，清华大学访问学者。

## <<中国CIS策划实务>>

### 书籍目录

第一章 中国品牌写实与CIS需求第一节 中国品牌落后写实第二节 中国需要CIS第二章 CIS相关概念及要素简述第一节 CIS的发展与构成第二节 CIS与企业文化、形象关系第三节 CIS的社会文化价值第四节 CIS的战略意义?第五节 CIS策划设计的基础第六节 CIS策划原则第七节 CIS设计师基本能力与修养第三章 CIS调研第一节 CIS策划委员会第二节 CIS调研要素第三节 形象要素与CIS调查概念第四节 CIS定量调查第五节 CIS定性调查第六节 CIS的互联网调查第七节 CIS调查报告第八节 CIS策划机构应具的调研能力第四章 CIS策划概念第一节 CIS诊断原则与对象第二节 诊断办法第三节 CIS概念书第四节 CIS综合开发第五章 理念识别系统策划第一节 企业理念的特征与地位第二节 企业理念的设计原则第三节 企业理念的来源第四节 企业理念要素设计第五节 企业理念设计的科学与艺术第六章 行为识别系统策划第一节 企业行为的地位及内容第二节 企业行为的设计第三节 企业风俗的设计第四节 员工行为的设计第五节 对外行为的识别特征第六节 企业行为的作用与保障第七章 视觉识别系统策划第一节 企业商号设计第二节 企业标志设计第三节 企业标准字设计第四节 企业标准色设计第五节 辅助要素的设计第六节 色彩在CIS中的应用第七节 元素应用设计第八节 应用对象识别性设计第九节 CIS传播网络的设计第八章 CIS导入与推进管理第一节 企业导入CIS的最佳契机第二节 CIS导入与推进管理第三节 商标注册要领第四节 企业形象管理策略第五节 企业形象广告类型与方式第六节 品牌经理的价值定位第七节 企业导入CIS不成功的内因第九章 衡量企业形象的标准第一节 衡量企业形象的抽象标准第二节 衡量企业形象的具体标准第三节 企业形象标准的衡量工具

<<中国CIS策划实务>>

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>