

<<企业形象整合>>

图书基本信息

书名：<<企业形象整合>>

13位ISBN编号：9787531808374

10位ISBN编号：7531808374

出版时间：2003-8

出版时间：黑龙江美术出版社

作者：原博

页数：86

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>

<<企业形象整合>>

内容概要

整合是企业将形象力、生产力、行销力等多种经营要素整体合一、多力共振，形成企业强有力的竞争优势的过程，是企业宏观的经营文化观念。

形象整合则是将企业相关的多元形象要素，同一化、有序化、合理规划的设计过程。

我国许多企业之所以需要形象整合，是因为其苍白、粗糙或零散的形象与整合有序、面目清晰的形象相去甚远，从而流失了相当大的无形资产和形象资源。

而这正是我国许多企业应认真面对的一个经营文化课题，在这个领域里大有事情好做。

<<企业形象整合>>

作者简介

原博，1971年生于哈尔滨 1993年毕业于中央工艺美术学院装潢系 获学士学位 1993 - 1996年于哈尔滨师范大学工艺美术系任教 1996年入中央工艺美术学院装潢系，攻读企业形象设计研究生。

1999年毕业获硕士学位，并留校任教至今。

林家阳，1955年出生于浙江省温岭市 现为同济大学传播与艺术学院院长 / 教授 同济大学设计艺术研究中心主任 1983年毕业于无锡轻工大学产品设计专业1991-1997年获德意志学术交流中心 (DAAD) 奖学金毕业于柏林艺术大学 (UdK) 大师班 1998-2002年任无锡轻工大学设计学院院长 2001年获国家教学成果最高奖 2000年承担“新世纪高等教育改革——二十一世纪艺术设计创新人才培养和课程体系改革”国家项目 中国工业设计协会常务理事 国家教育部艺术教育指导委员会成员 2001年芬兰拉赫蒂国际招贴双年奖国际评委 2003年“北京2008”奥运会会徽设计大赛评委 主要著述：《图形创意》《设计与创新》《国际广告设计大师丛书》系列《林家阳的设计视野》等等

<<企业形象整合>>

书籍目录

序引言第一章 企业经营中的形象力第二章 企业文化主导企业形象第三章 形象力系统整合优秀企业形象设计作品选

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>