

<<品牌形象设计>>

图书基本信息

书名：<<品牌形象设计>>

13位ISBN编号：9787532281701

10位ISBN编号：7532281701

出版时间：2012-12

出版时间：上海人民美术出版社

作者：朱琪颖

页数：134

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>

## <<品牌形象设计>>

### 内容概要

《新世纪全国高等院校艺术设计专业“十二五”重点规划教材：品牌形象设计》契合了当下时代及经济发展的需，由市场及消费者的立场来看待品牌的源起、发展及变化；分析企业形象向品牌形象过渡的原因；提出构建全方位品牌识别的方法与技巧；希望通过对品牌设计多层次的剖析给读者全新的设计理念和启示。

# <<品牌形象设计>>

## 书籍目录

- 序
- 第一章 品牌概述
  - 第一节 品牌图腾
    - 品牌是一份契约
    - 品牌是一份承诺
    - 品牌是一种体验
    - 品牌是一种精神
  - 第二节 品牌形象
  - 第三节 品牌形象的发展历程
    - 品牌意识启蒙阶段
    - 企业形象发展阶段
    - 品牌形象发展阶段
    - 我国的品牌发展状况
  - 第四节 品牌模式
    - 单一品牌模式
    - 副品牌策略
    - 多元品牌模式
    - 背书品牌策略
- 第二章 从品牌定位到视觉识别
  - 第一节 品牌形象的精确定位
    - 细分市场研究
    - 选择目标市场
    - 品牌精确定位
  - 第二节 品牌命名
    - 简单易读
    - 易于联想
    - 避免禁忌
    - 独具特色
    - 符合法规
  - 第三节 构建完整的品牌体验
  - 第四节 塑造独特的品牌文化
  - 第五节 品牌识别设计原则
    - 原创性
    - 识别性
    - 系统性
- 第三章 品牌识别设计
  - 第一节 品牌标志
    - 创意定位
    - 题材元素选择
      - 1. 以品牌名称为题材
      - 2. 以品牌象征物为题材
      - 3. 以品牌行业为题材
      - 4. 以品牌理念为题材
    - 标志的造型表现
      - 1. 文字表现

## <<品牌形象设计>>

- 2. 图形表现
- 3. 象征表现
- 4. 抽象表现
- 5. 多元表现
- 第二节 品牌色彩
- 第三节 品牌字体
- 第四节 品牌辅助图形
- 第五节 品牌卡通形象
- 第六节 品牌应用
- 品牌商务识别
- 品牌包装识别
- 品牌环境识别
- 品牌服饰识别
- 品牌媒介识别
- 品牌交通识别
- 识别手册
- 第四章 品牌更新
- 品牌更新的驱动力
- 消费者需求的变化
- 市场环境的变化
- 品牌战略的转变
- 品牌形象陈旧
- 第五章 品牌识别动态化发展趋势
- 品牌动态化设计的几大因素
- 技术进步与媒介发展
- 产业发展的推动
- 设计理念的更新
- 第六章 课题训练
- 第一节 课题要求
- 第二节 餐饮行业的优秀品牌形象设计资料
- 第三节 非餐饮行业的优秀品牌形象设计资料
- 第四节 优秀学生作品参考
- 第五节 课堂练习册
- 后记

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>