

<<设计的营销与管理>>

图书基本信息

书名：<<设计的营销与管理>>

13位ISBN编号：9787535736321

10位ISBN编号：7535736327

出版时间：2003-1

出版时间：湖南科学技术出版社

作者：尹定邦

页数：223

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>

<<设计的营销与管理>>

内容概要

设计、营销、管理的实践自古有之。但对这三者整合的系统化著甚少，尤其是我国对设计营销管理的系统研究还相当薄弱，甚至在某些方面还是一片尚未开垦的处女地。

《设计营销与管理》作为该领域的第一部著作在这些方面做出了有益的探索。本书以系统的理论框架、现实的案例为处在第一线企业家与设计师等提供了参考，并为提升设计质量、强化设计市场的竞争力、推进设计事业的进步，做出了积极的贡献。

<<设计的营销与管理>>

作者简介

尹定邦，1940年生于武汉，1957年进入中南美专附中，1965年毕业于广州美术学院工艺美术系。先后任广州美术学院副院长，设计分院院长、教授，中国工业设计协会会长、广东省美术家协会副主席，“白马设计学丛书”主编。已出版专著《设计学概论》（湖南科学技术出版社，1999）《设计目标论》（暨南大学出版社，1998），发表设计学研究论文数十篇。

<<设计的营销与管理>>

书籍目录

导论 设计与营销和管理相融合的必要性第一编 总论第一章 设计学理论第一节 设计理论第二节 设计史第三节 设计批评第二章 营销学理论第一节 营销思想的发展第二节 市场、消费和生产第三节 需要与营销观念第四节 顾客满意第五节 市场营销的功能第三章 管理学理论第一节 管理者第二节 管理思想的发展第三节 管理职能第四章 设计营销管理的内涵第一节 设计营销管理的概念第二节 设计营销管理的特征与思路案例：电子专家任总经理的电子公司倒闭析因第三节 设计营销管理体系第二编 设计企业管理第一章 设计管理者第一节 设计管理的素质第二节 设计企业管理者的职能第二章 设计人力资源管理第一节 设计组织结构第二节 设计人力资源配备与开发第三节 设计师的组织管理第三章 设计企业文化与CI战略第一节 企业形象概述第二节 设计企业的公关方法与艺术第三节 公关策略第四章 设计项目管理及管理技术第一节 设计项目管理第二节 设计项目管理技术第五章 设计项目的实施程序管理第一节 设计项目的实施程序第二节 设计项目的实施程序管理第六章 设计质量管理第一节 设计质量标准第二节 设计质量改进计划第三节 无条件服务保证第四节 设计专利保护第三编 设计市场营销第一章 设计市场目标定位第二章 设计市场中的消费者第三章 设计营销战略规划第四章 设计市场营销战略战术第五章 设计招标与投标第六章 设计企业发展战略

<<设计的营销与管理>>

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>