

<<CIS 发展与国别模式>>

图书基本信息

书名：<<CIS 发展与国别模式>>

13位ISBN编号：9787538839739

10位ISBN编号：7538839739

出版时间：2002-1

出版时间：黑龙江科学技术出版社

作者：许俊基

页数：208

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>

<<CIS 发展与国别模式>>

内容概要

《CIS发展与国别模式》是一本撰述约自25年前国内引进CIS（Corporate Identity System）作业观念，在企业中形成一股学习热风并出现由南方开始往北方转移的导入热潮。

本书以全面、系统、详细地记述，以及对CIS国别模式与东西方CIS的异同，构建中国型CIS等内容均做客观性分析、解说，深入浅出，具有阅读价值。

关于导入CIS企业案例介绍，是根据作者实际参与规划所闻，所见的资料以及相关企业提供的第一手资料节录整理，构成25个不同行业、不同导入背景的案例，并对导入CIS落实后的不同效益，都以简易明了的文字记述，让读者很容易吸收理解，相信在国内已发行出版众多的CIS相关书籍中，不曾有类似的CIS导入案例说明介绍，这也是本书特色之一。

本书的第三部分是撰写CIS的未来发展趋势，在迈入21世纪后，CIS不仅是指“企业识别”而已，应可更广泛地延伸其涵义到品牌的“沟通界面”或营销的“传播整合”，在这新观念的形成中，特别提出“CISM”作业是21世纪品牌行销新主张，以及e世纪的CIS新诠释。

例如，21世纪的企业经营必须要“放眼全球，尊重地球”，“保育生态，实践环保”，“独特原创，差异优势”，“沟通交流，双向互动”……，是各企业营运作业中不可避免的趋势观念，非常值得国内各企业经营者和有关专业师生使用参考。

总之，本书在撰写时的定位，是希望在适宜轻松阅读中增进对CIS内涵的理解，对今后企业导入CIS作业时可提供有效的参考价值，是四位作者共同撰写本书的最大心愿。

<<CIS 发展与国别模式>>

作者简介

许俊基，北京广播学院资深教授，男，1927年10月生，汉族，湖南长沙人。

1949年前肄业于上海东吴大学法学院，1950年毕业于中国人民大学，就职于中央司法部，60年代初转而从事高教工作，迄今已40年。

原为北京广播学院学术委员会副主任、院图书馆馆长，主讲国际政治有关课程，培养了一批研究生，著作甚丰。

1987年开始涉猎广告学教学与研究，曾在本院广告专业兼授外国广告史课程，商品经济学院开设CIS课程；现为中国广告协会学术委员会委员和国际广告协会会员，曾出席中国首届国际广告研讨会（1990年、北京）和海峡两岸电视广告研讨会（1993、福州）并在大会发言。

他出访法国、奥地利、新加坡、美国和港澳地区时，都注意考察和了解各个国家和地区的广告历史和现状。

作为客座教授，他于1991年到莫斯科，在前全苏广播电视学院讲授“中国广告的历史与现状”；1993年到东京访问了日本电通株式会社；1996年出席在汉城召开的第35届世界广告大会，并在韩国广告战略研究所发表讲演；他于1999年4月应台湾东吴大学校友会的邀请访问了母担任《现代广告全书》和《中国广告实用手册》的编委和撰稿人，同时在广告方面的著述有《中外广告的历史演变》以及公益广告、代理制、广告教育等方面的多篇文章。

他于1992年荣获国务院颁发的国家有突出贡献专家特殊津贴，并获得国家原广播电影电视部的两次奖励。

<<CIS 发展与国别模式>>

书籍目录

上篇 CIS的发展第一章 CIS的使命论1.1 CIS的定义及理解1.2 CIS的内涵与演变1.3 CIS的社会价值1.4 CIS的信息价值1.5 研究CIS发展的意义第二章 CIS发展历史的探讨2.1 CIS的历史渊源2.2 CIS产生的社会背景2.3 美国CIS发展轨迹2.4 日本CIS发展轨迹2.5 中国台湾地区CIS发展轨迹2.6 CIS战略的新发展第三章 推动CIS发展的学科3.1 CIS是问题解决学3.2 CIS与企业经营战略学3.3 CIS与市场营销学3.4 CIS与广告学3.5 CIS与社会心理学3.6 CIS与公共关系学3.7 CIS与管理学3.8 CIS与技术美学下篇 CIS国别与区域的模式第四章 CIS国别与区域模式剖析4.1 美国CIS的基本精神4.2 日本对CIS的再开发4.3 中国台湾地区CIS的成长概述4.4 韩国与其他国家CIS观念的比较4.5 世界知名的CIS代表人物4.6 世界知名的CIS规划公司第五章 东西方CIS的异同5.1 CIS观点的异同5.2 文化与CIS的交融5.3 风俗民情对CIS的影响5.4 东西方PR理念的差异5.5 CIS的民族文导向第六章 构建中国型的CIS6.1 CIS在中国的实践6.2 CIS在中国兴起的原因6.3 中国CIS发展的误区6.4 中国企业的困境.....第七章 CIS的未来发展趋势第八章 导入CIS企业案例介绍企业导入CIS案例图片介绍后记

<<CIS 发展与国别模式>>

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>