

<<新概念CIS企业形象设计>>

图书基本信息

书名：<<新概念CIS企业形象设计>>

13位ISBN编号：9787548702092

10位ISBN编号：7548702094

出版时间：2011-8

出版时间：中南大学出版社

作者：许劭艺 编著

页数：256

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>

<<新概念CIS企业形象设计>>

内容概要

企业形象识别系统（CIS）最早萌芽于20~020年代的德国，50年代创立于美国，70年代发展于日本，80年代传入中国，是一门集管理学、心理学、市场学、设计学、公共关系学等于一体的新兴管理学科分支。

经过半个多世纪的探索、研究和实践，已发展为具有完整的理论构架和运作体系的边缘性应用学科，成为一种工具性很强的营销理论。

<<新概念CIS企业形象设计>>

作者简介

许劭艺，笔名党生。

国家级策划设计专家，海南劭艺设计工程机构创始人。

1964年生于海南，1980年起从事美术设计教育和实践工作，至今有30余年，天津大学研究生毕业，工学硕士，先后取得中国十大品牌策划专家、注册平面设计师、高级品牌管理师、高级室内建筑师、高级景观设计师等专业资格。曾被授予“广东省新长征突击手”、“海南省包装行业杰出功臣”、“海南经贸学院教学名师”、“全国教育改革优秀教师”等称号。

曾当过小学、初中、高中、大专、大学教师，担任过国营、私营、外资企业领导等职务，还担任过报社主编、城市规划研究员、客座教授、艺术设计系主任等职。

现任海南经贸职业技术学院品牌与商业环境设计研究所所长，兼任全国商务策划专家团专家委员，“中国之星”设计艺术大赛全国资格评委，“海南之星”设计艺术大赛评审委员会主任，中国包装联合会理事及设计委员会全国常委，国际商业美术设计师协会专家委员，中国创意产业协会理事，海南省包装技术协会副会长，秘书长兼设计委员会主任，《中国设计年鉴》编委，《海南设计年鉴》主编，中国高等职业技术教育研究会艺术设计委员会全国常委，中国职业技术教育学会教学工作委员会艺术设计专业教学研究委员会理事，海南省高职高专艺术设计类专业教学指导委员会副主任，海南新农村建设研究所副所长等社会职务。

曾主持海南省人民政府“海南·健康岛”特供系列产品、香港玉莲养发国际连锁机构，海口石山火山群世界地质公园、海口市妇幼保健院、北京椰风海韵连锁机构、云南宝鹤食品、海口市人民医院，海口市中医医院、海南省中医医院、琼海市人民检察院等20多项CIS形象识别系统工程项目规划设计，曾主持或参与过湖北水晶城堡、海南福山侯臣咖啡文化村，海口国际金融大厦、合肥新长江海鲜广场、三亚凤凰岛、文昌河两岸城市景观、贵州纳雍城市建设等40多宗建设项目的开发策划、环境规划和景园建筑设计成功策划与组织多届“中南星奖”。

和“海南之星”设计艺术大奖赛等活动，以及成功主持组织首届海南省职业院校艺术设计专业类技能大赛。

《海口景业广场品牌形象系统》、《侯臣咖啡标识》、《海南医学院临床技能实验教学中心标志》、《云南·宝鹤云腿月饼包装》等17项设计成果荣获全国设计艺术大赛“最佳设计奖”以及中南六省区设计大赛“金奖”、“银奖”。

《以设计塑造品牌未来》、《高职院校科研定位问题的分析研究》等9篇论文荣获国家级，中南地区级、省级荣誉奖项。撰写91万字专著《组织文化设计主义》；创建组织文化设计主义学说，并应邀在北京大学等多所高校作过专题报告；编著出版高等院校艺术设计教育“十一五”规划教材《设计艺术心理学》，以全新的体例对于设计艺术领域的心理现象与规律进行了有益的探索，得到30多所高校广泛使用，并被网络评为艺术设计专业大学生在校期间必读10本书之一。已主持完成《高校教育品牌塑造模式研究》项目课题研究和编著《新概念CIS企业形象设计》。正在主编有16所高校参编的高等职业教育规划教材《建筑与景观艺术设计》，《品牌学系列教材》等。

<<新概念CIS企业形象设计>>

书籍目录

- 第一章 企业形象设计(c1)概述
 - 第一节 企业形象识别系统(CIS)设计
 - 第二节 CIS与组织文化的整合
- 第二章 组织文化精神层的规划
 - 第一节 组织理念识别系统(MIS)的基本特征
 - 第二节 组织使命、目标与愿景的规划
 - 第三节 组织核心价值观的规划
 - 第四节 组织哲学的规划
 - 第五节 组织经营理念的规划
 - 第六节 组织管理模式的规划
 - 第七节 组织精神的规划
 - 第八节 组织作风的规划
 - 第九节 组织之歌的规划
 - 第十节 组织理念识别系统(MIS)手册的编制
- 第三章 组织文化制度层的规划
 - 第一节 组织行为识别系统(BIS)的基本特征
 - 第二节 组织环境行为识别的规划
 - 第三节 组织管理行为识别的规划
 - 第四节 组织活动行为识别的规划
 - 第五节 组织行为识别系统(BIS)手册的编制
- 第四章 组织文化物质层的设计
 - 第一节 组织视觉识别系统(VIS)的基本特征
 - 第二节 组织标志的设计
 - 第三节 组织环境的设计
 - 第四节 组织服装的设计
 - 第五节 组织文化用品的设计
 - 第六节 组织的产品与包装设计
 - 第七节 组织广告媒体的设计
 - 第八节 组织视觉识别系统(VIS)手册的编制
- 第五章 CIS课程项目工作室实践操作
 - 第一节 CIS项目案例的实操介绍
 - 第二节 CIS项目开发的规划设计训练
- 参考文献

<<新概念CIS企业形象设计>>

章节摘录

员工把组织看成是“自己的企业”，这是一个认识上的升华过程。通过信息分享，缩短企业与员工的距离和让员工参与决策，实现心理换位，是培养员工认同感的两个主要途径。

(1) 信息分享，缩短企业与员工的心理距离。

在管理上，员工作为受命于管理者的执行者，以照章办事服从管理为天职。

许多企业的员工数十年干着规定的几项工作，无须过问也无权过问企业的生产经营情况。

这便无形中拉长了企业与员工之间的距离。

要在员工心目中树立“自己的企业”形象，最重要的是缩短这种心理距离，改变他们对企业漠不关心的局外人态度，唤起员工的主人翁意识。

而信息分享，也就是重要的事情让全体员工知道，这是唤起员工主人翁意识，实现参与意识回归的第一步。

(2) 参与决策，实现价值的体现和心理的换位。

让员工参与决策，是使职工对企业产生真正认同感的关键。

参与程度越深，员工与企业的联系越紧密，“自己的企业”形象也就越显得清晰。

让企业员工参与决策，表明企业对员工价值的认定。

当一个员工有机会对企业的经营管理方面提出自己的意见，其重要意义并不仅仅在于他提出意见本身的建设性，更重要的是这种参与过程，在他们心理上产生了一个新的思考角度，对企业的问题不是冷眼旁观，而是要加以认真对待。

这种心理上的换位，对他们心中树立起“自己的企业”这一形象，起着决定性作用。

2培养员工的信任感.塑造“依托和归属的企业”形象 人作为社会细胞，需要寻找依托和归属感。

在现代社会，没有一个人能孤立地生存，他必须依托于一定的组织，归属某一团体，以满足他物质、心理和社会的需求。

人对组织的选择，很大程度上取决于对它的信任度。

受人信任的组织可以聚集大批人才，这些人能将自己的现在和未来与这一组织联系在一起，结成利益共同体。

企业，是员工的工作场所，这就给它成为员工所归属和依托的组织提供了可能，同时，在员工心目中树立起可以依托和归属的企业形象。

其间，重要的是企业要为员工做一些实事，以激发员工对企业的信任感。

如，认真帮助员工解决一些具体困难；真诚对待每一个员工并给予他们尊重，了解不同员工的需求状况，满足不同层次、不同年龄特点的员工的需要等。

3培养员工的自豪感，塑造“值得骄傲的企业”形象 每一个人都有自尊心，都希望得到他人的承认与肯定。

在员工心目中努力塑造一种值得骄傲的形象，这是CIS战略的一个组成部分。

让员工为自己的企业感到骄傲的因素很多。

企业领导应从这些方面努力，强化自身形象，使员工以自己是企业的一员而感到自豪。

如当一个企业对社会具有较大的影响或贡献时，就会有较高的知名度，作为企业员工当然会为自己能成为其中的一员感到光荣。

当一个企业社会上受到广泛的好评时，员工自然而然地产生荣誉感。

此外，豪华气派的设施、现代化的生产技术、较高的福利待遇，都会使职工产生自豪感。

.....

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>