

<<企业“美容术”--CIS战略的视觉>>

图书基本信息

书名：<<企业“美容术”--CIS战略的视觉识别>>

13位ISBN编号：9787563804672

10位ISBN编号：7563804676

出版时间：1995-03

出版时间：北京经济学院出版社

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>

书籍目录

目录

- 一、光彩照人的容颜，非同凡响的效果
 - VI概论
 - (一)人之脸，树中叶 企业的容颜
 - (二)企业“美容”项目分类 VI的设计要素注释
 - (三)企业“美容”程序 VI设计阶段
 - (四)“美容”使你重焕光彩
 - VI的形象价值
- 二、红橙黄绿膏蓝紫，悦目色彩扣心弦
 - VI设计中色彩的魅力
 - (一)从色彩战看色彩的功能
 - (二)色彩的表现力
 - (三)色彩的民族特征性
- 三、赐以一个好名字，赋予一副俊容颜
 - VI的核心设计
 - (一)VI三要素的价值分析
 - (二)通达消费者心灵的桥 企业标志设计
 - (三)给企业取个好名字 命名的技巧
 - (四)企业标准字与标准色设计
- 四、品牌的威力无穷，商品的标志无价
 - 品牌形象设计之一：名称、商标
 - (一)品牌的含义与价值
 - (二)给产品取名的学问
 - (三)商标的设计
- 五、人凭衣装马凭鞍，商品扮妆好形象
 - 品牌形象设计之二：包装
 - (一)包装的形象价值
 - (二)包装设计
 - (三)色彩在包装上的运用
- 六、名不“振”则言不顺，牌不“亮”则形不佳
 - 品牌形象设计之三：名牌
 - (一)“宝马”品牌叫人“一见钟情”
 - (二)创名牌以质量为本
 - (三)使你的企业拥有众多的“追星族”
 - 产品造型设计
- 七、只有搭起“七星灶”，方能迎来四方客
 - 企业“行头”设计
 - (一)从京城现象看展示企业形象新潮流
 - (二)建筑外观的形象价值 建筑外观设计
 - (三)小小舞台尽显风流 橱窗设计
 - (四)企业实力的体现 经营环境设置
- 八、自古征战靠良将，良将风貌显形象
 - 企业员工形象设计
 - (一)从招聘启示谈起
 - (二)如何塑造美好的第一形象

<<企业“美容术”--CIS战略的视觉>>

(三) 此处无声胜有声 体态语的作用

九、一个好汉三个帮，家喻户晓树形象

强化视觉效果的有力手段

(一) 从P&G的成功谈起

(二) 视觉广告设计的前提

视觉广告设计的要求与技巧

(三) 用其所长，避其所短

可视广告媒介的分析与设计

(四) 巧妙组合出奇效

运用统一手法强化视觉印象

十、实践才能出真智，借鉴方能长见识

VI设计实例赏析

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>