

<<企业形象设计>>

图书基本信息

书名：<<企业形象设计>>

13位ISBN编号：9787801190253

10位ISBN编号：7801190254

出版时间：1996-7

出版时间：中国农业科技出版社

作者：胡振华 编

页数：204

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>

<<企业形象设计>>

内容概要

企业形象是一个综合概念，我们可以认定它是一个企业和社会公众心中的总体印象和评价，具体可表现为产品形象、服务形象、职工形象、组织形象等几个方面。

企业形象设计就是为企业塑个性，以识别企业特征和企业独特魅力为目的的一体化作业。

由表及里，企业形象设计包括视觉形象设计、企业行为设计和企业理念设计三部分。

这种设计能使公众受到企业个性的强烈吸引。

对相互竞争的企业来说，谁能将良好、独特、鲜明的企业形象展现在公众面前，谁就将得到公众的敬爱和信赖，就能在激烈竞争中脱颖而出，赢得市场。

商场如战场，商战如兵战。

现代企业已摒弃了古老的，落后的传统竞争方式、手段，而代之以先进的技术、科学的管理、攻心的广告、极富人情味的售前售后服务等。

本书正是试图给读者打开一扇认识、探索现代企业竞争的窗口。

<<企业形象设计>>

书籍目录

前言第一篇 一、企业形象设计的概念及演进 二、企业形象设计的意义、原则与策略第二篇 企业视觉形象设计 一、厂容厂貌设计 二、商店设计 三、产品造型设计 四、标语设计 五、品牌与商标设计 六、包装设计 七、广告设计 八、展览会设计 九、印刷品设计第三篇 企业行为设计 一、企业道德设计 二、企业制度设计 三、企业组织设计 四、企业资信设计第四篇 企业理念设计 一、企业文化设计 二、企业精神设计 三、企业观念设计 四、企业战略设计第五篇 企业形象设计实例 一、麦当劳的经营秘诀 二、可口可乐百事可乐的市场大战 三、柯达富士色彩制胜 四、万宝路的广告策略 五、雀巢咖啡 温馨可人 六、松下崛起的秘密 七、“国际商用机器公司”就是最佳服务的象征 八、克莱斯勒重新崛起的奥秘 九、开放经营 赢得公众 十、不卖商品卖服务 十一、中原之行哪里去？ 郑州“亚细亚”！

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>