

<<CIS设计>>

图书基本信息

书名：<<CIS设计>>

13位ISBN编号：9787810505024

10位ISBN编号：7810505025

出版时间：1999-09

出版时间：东南大学出版社

作者：毛德宝

页数：60

字数：20000

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设计>>

内容概要

CIS是英文Corporate Identity System的缩写，中文翻译为企业形象识别系统。

它包括企业理念识别、行为识别、视觉识别三个部分。

它指运用视觉设计手段，通过标志的造型和特定的色彩等表现手法，使企业的经营理念、行为观念、管理特色、产品包装风格、营销准则与策略形成一种整体形象。

同时将企业名称、企业标志经过准字体、标准色等统一规范化之后，由内至外进行企业与社会之间的信息交流和传播，以最快的速度、最深的印象，让社会和公众注意自己、认识自己、了解自己，从而塑造出企业的最佳形象，获得社会的认同感，达到营销的目标。

CIS涵盖了标准性，差别性、传播性。

拥有世界十大名牌——可口可乐、索尼、奔驰、柯达、迪斯尼、雀巢、丰田、麦当劳、IBM、百事可乐的公司都十分注重企业形象，都有其个性化的视觉识别特征。

<<CIS设计>>

书籍目录

概述CIS的组成企业理念识别企业行为识别企业视觉识别CIS设计原则视觉识别构成要素CIS手册设计制作设计实例佳作欣赏

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>