

<<商业标识创意与设计>>

图书基本信息

书名：<<商业标识创意与设计>>

13位ISBN编号：9787121011795

10位ISBN编号：7121011794

出版时间：2005-6

出版时间：电子工业出版社

作者：艾丽娜·惠勒

页数：223

字数：249000

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>

<<商业标识创意与设计>>

内容概要

本书以世界知名的商业标识成功与失败的创意、设计故事为例，讲解在商业标识的创意、设计中，一些实践证明的原则、流派、理念、方式方法，如何在标识的创意、设计中，综合考虑美术设计与标识内涵，如何在考虑市场化、国际化因素的同时赋予其公司经营理念、产品特点等。

本书附有大量知名公司标识及品牌标识的图片、标识设计过程图，是标识设计人员、品牌管理人员、企业管理者最佳的标识创意、设计、审定的参考图书。

<<商业标识创意与设计>>

作者简介

艾丽娜·惠勒 应用超凡的战略型想象力，协助《财富》100强企业、基金会和许多城市，创立品牌，构建标示，参与商业标识设计项目。

惠勒与诸多企业的创始者、CEO以及高层管理者保持着密切的联系，以保证企业愿景能够清晰和成功地在品牌商业标识中体现出来。

她曾是美国设计师学

<<商业标识创意与设计>>

书籍目录

第1章 释义 什么是品牌 什么是品牌标识 品牌标识为什么有效 什么时候需要品牌标识专家 谁创造了品牌标识 为什么要在品牌标识上投资 理想的品牌标识 远见 意义 真实 区别 持续性 一致性 灵活性 承诺 价值 品牌战略 定位 品牌结构 名称 口号 商标概述 字标 字体符号 图形商标 抽象商标第2章 过程 品牌标识设计过程介绍 阶段1 调查和分析 过程管理 决策管理 了解企业 市场调查的手段 了解顾客 竞争性调查 内部调查 阶段2 品牌战略 阐明品牌战略 缩小重点 中心思想 品牌标识纲要 命名 阶段3 设计概念 设计一个标识符号 文字标识和标识 组合设计 色彩 更多色彩 字体 试应用 演示标识理念 阶段4 建立品牌标识 应用方式介绍 商标过程 信笺抬头 名片 宣传册 包装 网页 户外标识系统 室内和室外设计 交通工具 制服 免费礼品 阶段5 品牌资产管理 品牌资产管理引言 改变品牌标识 启动品牌标识 品牌营销工具 标准 内部设计 培养品牌大师 文件第3章 实践

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>