

<<CI与品牌形象策划>>

图书基本信息

书名：<<CI与品牌形象策划>>

13位ISBN编号：9787122111944

10位ISBN编号：7122111946

出版时间：2011-7

出版时间：化学工业出版社

作者：张照雨

页数：145

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>

<<CI与品牌形象策划>>

内容概要

张照雨、都蕊主编的《CI与品牌形象策划》全面系统地阐述了CI战略的基本原理，探讨了企业理念识别、企业视觉识别（基本要素和应用要素）和企业行为识别（内部行为与外部行为）的构成与创意策划。

书中融合了国内CI广告公司专家的新观点和新方法，渗透了作者多年来CI理论研究和教学实践的成果，并加入城市品牌形象全程推广案例，多个企业真实全程推广案例。

体现出新颖、丰富和实用等显著特点。

书中还配有生动具体的图表和富有启迪的案例，具有较强的可操作性和实用性。

《CI与品牌形象策划》适用于高职院校营销和设计类学生的需要，同时也是企业（或组织）经营管理者 and 员工的有益参考书。

<<CI与品牌形象策划>>

书籍目录

第一章 CI概论

第一节 现代企业为什么需要CI

- 一、CI的概念
- 二、CI系统的构成
- 三、CI三大构成要素的相互关系
- 四、CI战略在现代企业中的价值

第二节 CI战略导入的契机

- 一、动机的确认
- 二、时机的选择

第三节 实施CI战略的基本步骤

- 一、企业实态调查
- 二、设计开发
- 三、CI应用手册编制
- 四、实施管理

第四节 CI战略导入组织架构

- 一、成立CI管理委员会
- 二、成立CI执行委员会

第五节 CI战略导入效果测试

- 一、企业外部环境测试
- 二、企业内部测试

第二章 CI的策划与设计

第一节 CI调查的原则和程序

- 一、定性调查的主要方法和内容
- 二、实施定性调查的准备工作
- 三、对交易对象的信息调查
- 四、企业内部状态调查和企业外部环境调查

第二节 CI调查的具体实施

- 一、企业实态调查阶段
- 二、设计调查开发阶段
- 三、实施管理阶段

第三节 调查资料的整理与分析

- 一、企业CI资料整理
- 二、企业CI统计分析

第四节 CI的策划和基本程序

- 一、CI策划的准备
- 二、企业现状分析
- 三、理念和领域的确定
- 四、企业结构的调整
- 五、表现整合

第五节 CI的设计程序

- 一、调查研究阶段
- 二、CI设计开发阶段
- 三、实施设计系统管理阶段

第六节 CI的实施及评测

- 一、CI计划的途径

<<CI与品牌形象策划>>

二、CI的作业流程计划

三、CI实施计划作业表

四、CI的测定方法

第三章 视觉识别系统设计

第一节 视觉识别系统设计

第二节 视觉识别基本部分的系统设计

一、标志设计

二、标准字体

三、标准色

四、辅助图形设计

五、吉祥物

第三节 视觉识别应用部分的系统设计

一、办公事物用品设计

二、标志符号指示系统

三、销售店面标识系统

四、企业广告宣传规范

五、公共关系赠品设计

六、员工服装、服饰规范

七、企业车体外观设计

第四章 CI案例实例

第一节 企业形象全程推广案例

案例一：吕氏企业CI策划

案例二：精锐商务二期营销报告

第二节 城市品牌形象全程推广案例

案例一：中国·西柳镇品牌全程推广

案例二：岫岩县品牌形象全程推广

第五章 VI手册制作完全示例

第一节 编制VI手册的意义

一、VI手册的基本体例

二、编制VI手册的意义

三、VI手册的使用和管理

四、VI手册的增补和变更

第二节 VI手册的设计制作

一、VI手册的封面及版式设计

二、VI手册的装订

参考文献

<<CI与品牌形象策划>>

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>