

<<品牌设计>>

图书基本信息

书名：<<品牌设计>>

13位ISBN编号：9787300060866

10位ISBN编号：7300060862

出版时间：2004-1

出版单位：人民大学

作者：陈云岗

页数：234

字数：214000

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>

## <<品牌设计>>

### 内容概要

当品牌经营已成为企业竞争的必由之路时，富有创见的国内品牌管理专著明显缺失，《品牌经营工具箱丛书》的问世显著填补了这一空白，本丛书以品牌经营价值链为核心，为所有工商企业和其他类型的组织提供了国内第一套全面、系统阐释品牌经营基本理念、关键方法和特别技能，具有实战性和可操作性的品牌经营指南。

品牌设计是建立品牌识别、创造高度品牌体验的基本路径，缺乏整体观和体验意识的品牌设计成果容易流于形式主义，无益于品牌形象的提升。

本书突破了通常的品牌设计停留在品牌识别设计的局限，建构起包括品牌识别设计、品牌产品设计、品牌空间设计在内的品牌设计完整体系。

本书共分4章，主要内容包括：战略性设计的价值；品牌识别设计；品牌产品设计和品牌空间设计。通过本书，品牌经营者将可以掌握战略品牌设计的基本方法，将被人为割裂的识别设计、产品设计、空间设计整合起来，使品牌形象不令具有外在的差异性，更具有内在的一致性，从而创建和维系良好的品牌形象，防止品牌形象歧化，持续提升品牌附加值。

本丛书适用于所有工商企业及其他组织中志在品牌经营的高中管理者，管理咨询分司、市场调查公司、品牌设计公司、广告公司、公关公司、培训公司等智力服务机构的专业人员，大专院校经管专业的师生和商学院MBA，同时还可作为企业管理人员的培训用书，以及对品牌经营感兴趣的所有读者之最佳参考书。

## <<品牌设计>>

### 作者简介

陈云岗 品牌战略顾问，博卡品牌行创立人，兼任多家公司品牌总监。  
在快速消费品、商业服务和公共服务等领域中有十多年的服务经验，在品牌经营方面有理论建树和实战经验，创新意识强，讲求战略的创新性和执行的实效性。  
他曾经服务地宾知名品牌包括“小护士”、“白加黑”

## <<品牌设计>>

### 书籍目录

第1章 战力学性设计的价值 1 卓越设计的基本特征 2 从战术性设计到战略性设计 3 以美学促进销售 4 基于品牌的设计战略 5 战力学品牌设计模型概述 6 品牌主题 7 品牌风格 8 品牌再设计 9 伪设计的末路第2章 品牌识别设计 1 识别设计的演进轨迹 2 品牌识别设计模型概述 3 理念识别设计 4 行为识别设计 5 基本视觉识别设计 6 广告识别系统设计 7 活动识别系统设计 8 事务识别系统设计 9 环境识别系统设计 10 系统一切、导入与管理 附录：值得研习的品牌科目第3章 品牌产品设计 1 重境界中的产品设计 2 产品设计空间 3 产品识别模型 4 产品设计模型概述 5 产品概念设计 6 产品内容设计 7 产品形式设计 8 产品设计新趋势 附录：值得研习的品牌科止第4章 品牌空间设计 1 从功能到美学 2 空间识别模型 3 商业空间设计类别 4 空间设计模型概述 5 空间基础设计 6 空间主体设计 7 空间辅体设计 8 空间设计新趋势 附录：值得研习的品牌科止后记 蝶变

媒体关注与评论

本丛书突破了一般经营管理图书的匠气，以领导者的洞察力，高瞻远瞩地把品牌经营的议题提升到了核心竞争力、经营价值链等战略层次上分析和探讨，这无疑可以使投资者、领导者和执行者在品牌经营的平台上找到共同的立足点。

盖洛普（中国）咨询有限公司执行董事/总经理 郭昕 将品牌植根于心是超乎常态的努力，如何高效地完成这个复杂的工程，答案是系统的品牌培训；而如何进行系统的品牌培训，在这套丛书中，读者将会从陈云岗先生的系统论述中找到答案。

——亚洲咨询培训与发展协会秘书长 杨思卓

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>