第一图书网, tushu007.com

<<CI设计>>

图书基本信息

书名：<<CI设计>>

13位ISBN编号：9787515308661

10位ISBN编号：7515308664

出版时间：2012-7

出版时间：中国青年出版社

作者：李卓

页数：132

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书从理论和实践方面对CI的基本概念、CI发展的历程、CI的设计原则、CI设计手册的设计与制作和企业形象的导入与管理等方面进行了较为详细的讲解，并对其中的规律性元素进行了归纳与整合。

书籍目录

Chapter 1CI概述
1.1 CI设计课的教与学
1.1.1 CI设计的教授方法
1.1.2 CI设计的学习方法
1.2 CI的形成历史
1.2.1 CI的萌芽
1.2.2 CI的形成
1.3 CI的概念
1.4 CI的价值
1.4.1 企业战略与形象的内在关系
1.4.2 企业形象塑造与品牌价值提升
1.4.3 CI价值的具体表现
1.5 现代CI设计的拓展
1.5.1 设计维度的拓展
1.5.2 CI设计应用对象的扩展
1.6 CI系统有什么意义
教学实例
课后练习
Chapter 2CI系统的基本构成
2.1 企业形象
2.1.1 视觉形象
2.1.2 产品形象
2.1.3 环境形象
2.1.4 员工形象
2.1.5 服务形象
2.1.6 公关形象
2.1.7 综合形象
2.2 CI的系统构成
2.2.1 理念识别（MI），企业之“心”
2.2.2 行为识别（BI），企业之“手”
2.2.3 视觉识别（VI），企业之“脸”
2.3 CI基本要素系统
2.3.1 企业名称
2.3.2 企业标志
2.3.3 企业标准字
2.3.4 企业标准色
2.3.5 象征图案
2.3.6 企业标语
2.3.7 企业吉祥物
2.3.8 企业辅助性视觉传播元素
2.3.9 企业常用传播系统元素
教学实例
课后练习
Chapter 3CI的设计原则
3.1 个性化原则

3.1.1 行业个性化
3.1.2 企业个性化
3.1.3 消费者个性化
3.2 民族化原则
3.3 标准化原则
3.3.1 简洁化
3.3.2 统一化
3.3.3 系列化
3.3.4 通用化
3.3.5 组合化
3.4 时效性原则
教学实例
课后练习
Chapter 4CI策划
4.1 明确形象建设的目的与动因
4.1.1 新建企业或转变企业经营体制
4.1.2 企业经营领域的拓展与转型
4.1.3 品牌开发与整合
4.1.4 企业进入国际化经营的发展阶段
4.1.5 企业原有形象陈旧落后
4.2 设计调查
4.2.1 明确调研内容
4.2.2 明确调研对象
4.2.3 确定调研方法
4.3 形象定位
4.4 概念表述
4.5 CI开发项目的设定
4.6 企业与品牌名称的选择
4.7 企业导入CI的步骤
4.7.1 提出想法
4.7.2 确立计划
4.7.3 确认VI计划
4.7.4 对外宣传
教学实例
课后练习
Chapter 5VI设计及程序
Chapter 6CI设计手册的设计与制作
Chapter 7企业形象的导入与管理

章节摘录

在人类接受的信息总和中，由视觉器官获得的占83%，因此CI设计是传达公司的理念、宗旨，树立企业形象，提升企业知名度最有效的、最直接的、最具冲击力的方法。

日本著名专家山田英理认为CI包含以下两个方面的概念。

第一， CI是一种使企业理念与企业文化被明确认知的活动。

第二， 第二，CI是以标志和标准字作为沟通企业理念与企业文化的工具。

CI是将企业文化与经营理念统一设计，利用整体表达体系（尤其是视觉表达系统）， 传达给企业内部与公众，使其对企业产生认同，以形成良好的企业印象，最终促进企业产品和 服务的销售的良好途径。

对内部而言，企业可通过CI设计对其办公系统、生产系统、管理系统以及营销、包装、广告等宣传形象形成规范设计和统一管理，由此调动企业每名职员的积极性和归属感、认同感，使各职能部门能各行其职、有效合作；对外部而言，可以通过一体化的符号形式来形成企业的独特形象，便于公众辨别、认同企业形象，促进企业产品以及服务的推广。

图44~图50是On lime公司形象设计以及相关应用项目推广。

CI系统是市场经济对企业提出的新要求。

随着市场经济体制的完善和现代企业制度的建立，已完全进入市场角色的企业既要不断增强活力和迅速反应能力以适应市场环境变化，同时又要领先非技术、非价格因素造就企业的鲜明特色。

这将迫使企业在经营管理中必须突出“人”的因素，此外还必须突出企业文化内涵，营造浓郁的文化气息，使消费者在获得物质享受的同时也获得精神享受。

今后的企业，将不再单纯推销产品与服务，而是向社会公众推出包括产品与服务在内的企业整体形象。

……

编辑推荐

《中国高等院校“十二五”精品课程规划教材系列：CI设计》还通过大量优秀案例分析，强调对设计原则的把握，让读者可以从点到面、从整体到局部再到整体，逐步地掌握CI设计的各项要点和设计流程，是一本十分出色的CI设计指导书。

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