

<<品牌形象设计>>

图书基本信息

书名：<<品牌形象设计>>

13位ISBN编号：9787532281701

10位ISBN编号：7532281701

出版时间：2012-12

出版时间：上海人民美术出版社

作者：朱琪颖

页数：134

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>

<<品牌形象设计>>

内容概要

《新世纪全国高等院校艺术设计专业“十二五”重点规划教材：品牌形象设计》契合了当下时代及经济发展的需，由市场及消费者的立场来看待品牌的源起、发展及变化；分析企业形象向品牌形象过渡的原因；提出构建全方位品牌识别的方法与技巧；希望通过对品牌设计多层次的剖析给读者全新的设计理念和启示。

<<品牌形象设计>>

书籍目录

- 序
- 第一章 品牌概述
 - 第一节 品牌图腾
 - 品牌是一份契约
 - 品牌是一份承诺
 - 品牌是一种体验
 - 品牌是一种精神
 - 第二节 品牌形象
 - 第三节 品牌形象的发展历程
 - 品牌意识启蒙阶段
 - 企业形象发展阶段
 - 品牌形象发展阶段
 - 我国的品牌发展状况
 - 第四节 品牌模式
 - 单一品牌模式
 - 副品牌策略
 - 多元品牌模式
 - 背书品牌策略
- 第二章 从品牌定位到视觉识别
 - 第一节 品牌形象的精确定位
 - 细分市场研究
 - 选择目标市场
 - 品牌精确定位
 - 第二节 品牌命名
 - 简单易读
 - 易于联想
 - 避免禁忌
 - 独具特色
 - 符合法规
 - 第三节 构建完整的品牌体验
 - 第四节 塑造独特的品牌文化
 - 第五节 品牌识别设计原则
 - 原创性
 - 识别性
 - 系统性
- 第三章 品牌识别设计
 - 第一节 品牌标志
 - 创意定位
 - 题材元素选择
 - 1. 以品牌名称为题材
 - 2. 以品牌象征物为题材
 - 3. 以品牌行业为题材
 - 4. 以品牌理念为题材
 - 标志的造型表现
 - 1. 文字表现

<<品牌形象设计>>

2. 图形表现

3. 象征表现

4. 抽象表现

5. 多元表现

第二节 品牌色彩

第三节 品牌字体

第四节 品牌辅助图形

第五节 品牌卡通形象

第六节 品牌应用

品牌商务识别

品牌包装识别

品牌环境识别

品牌服饰识别

品牌媒介识别

品牌交通识别

识别手册

第四章 品牌更新

品牌更新的驱动力

消费者需求的变化

市场环境的变化

品牌战略的转变

品牌形象陈旧

第五章 品牌识别动态化发展趋势

品牌动态化设计的几大因素

技术进步与媒介发展

产业发展的推动

设计理念的更新

第六章 课题训练

第一节 课题要求

第二节 餐饮行业的优秀品牌形象设计资料

第三节 非餐饮行业的优秀品牌形象设计资料

第四节 优秀学生作品参考

第五节 课堂练习册

后记

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>