

图书基本信息

书名：<<设计的营销与管理 白马设计丛书>>

13位ISBN编号：9787753573630

10位ISBN编号：7753573632

出版时间：2003-2-1

出版时间：湖南科学技术出版社

作者：尹定邦 主编

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>

内容概要

设计、营销、管理的实践自古有之。

但对这三者整合的系统化著甚少，尤其是我国对设计营销管理的系统研究还相当薄弱，甚至在某些方面还是一片尚未开垦的处女地。

《设计营销与管理》作为该领域的第一部著作在这些方面做出了有益的探索。

本书以系统的理论框架、现实的案例为处在第一线的企业家与设计师等提供了参考，并为提升设计质量、强化设计市场的竞争力、推进设计事业的进步，做出了积极的贡献。

作者简介

尹定邦，1940年生于武汉，1957年进入中南美专附中，1965年毕业于广州美术学院工艺美术系。先后任广州美术学院副院长，设计分院院长、教授，中国工业设计协会会长、广东省美术家协会副主席，“白马设计学丛书”主编。

已出版专著《设计学概论》（湖南科学技术出版社，1999）《设计目标论》（暨南大学出版社，1998），发表设计学研究论文数十篇。

书籍目录

- 导论 设计与营销和管理相融合的必要性
- 第一编 总论
- 第一章 设计学理论
- 第一节 设计理论
- 第二节 设计史
- 第三节 设计批评
- 第二章 营销学理论
- 第一节 营销思想的发展
- 第二节 市场、消费和生产
- 第三节 需要与营销观念
- 第四节 顾客满意
- 第五节 市场营销的功能
- 第三章 管理学理论
- 第一节 管理者
- 第二节 管理思想的发展
- 第三节 管理职能
- 第四章 设计营销管理的内涵
- 第一节 设计营销管理的概念
- 第二节 设计营销管理的特征与思路
- 案例：电子专家任总经理的电子公司倒闭析因
- 第三节 设计营销管理体系
- 第二编 设计企业管理
- 第一章 设计管理者
- 第一节 设计管理的素质
- 第二节 设计企业管理者的职能
- 第二章 设计人力资源管理
- 第一节 设计组织结构
- 第二节 设计人力资源配备与开发
- 第三节 设计师的组织管理
- 第三章 设计企业文化与CI战略
- 第一节 企业形象概述
- 第二节 设计企业的公关方法与艺术
- 第三节 公关策略
- 第四章 设计项目管理及管理技术
- 第一节 设计项目管理
- 第二节 设计项目管理技术
- 第五章 设计项目的实施程序管理
- 第一节 设计项目的实施程序
- 第二节 设计项目的实施程序管理
- 第六章 设计质量管理
- 第一节 设计质量标准
- 第二节 设计质量改进计划
- 第三节 无条件服务保证
- 第四节 设计专利保护
- 第三编 设计市场营销

第一章 设计市场目标定位

第二章 设计市场中的消费者

第三章 设计营销战略规划

第四章 设计市场营销战略战术

第五章 设计招标与投标

第六章 设计企业发展战略

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>