<<设计的营销与管理 白马设计丛书>>

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

<<设计的营销与管理 白马设计丛书>>

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块尚未开垦的处女地。

《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。

<<设计的营销与管理 白马设计丛书>>

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。

<<设计的营销与管理 白马设计丛书>>

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

<<设计的营销与管理 白马设计丛书>>

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

第一图书网, tushu007.com <<设计的营销与管理 白马设计丛书>>

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