

现代企业形象策划学



[现代企业形象策划学_下载链接1](#)

著者:林国建

出版者:哈尔滨工程大学出版社

出版时间:2007-8

装帧:

isbn:9787810735346

《现代企业形象策划学》在借鉴西方企业形象理论的基础上，结合中国市场经济条件下企业形象塑造的实践，全面阐述了企业形象策划的内涵、特征和作用；企业形象的基本

内容、操作工具和运行程序；企业形象的分类策划，即企业理念识别策划、企业行为识别策划、企业视觉识别策划；并阐述了企业公共关系策划、企业广告策划等内容。随着市场经济的发展和市场竞争的加剧，企业形象越来越成为广大企业魅力制胜的一大法宝。

《现代企业形象策划学》观点鲜明、结构严谨、内容翔实、体系完整、对策适当，具有较强的理论性和可操作性。可供大专院校经济管理、思想政治教育等有关专业作教材，也可作为企业文化工作者和企业管理人员进行企业形象策划的参考用书。

作者介绍:

目录: 第一章 企业形象策划概述 第一节 企业形象策划的内涵 第二节 企业形象策划的历史沿革 第三节 中国企业形象策划的现状与对策第二章 企业形象的基本内容 第一节 企业产品与服务形象 第二节 企业员工形象 第三节 企业环境与公关形象 第四节 企业综合形象第三章 企业形象策划的操作工具 第一节 CIS的基本涵义 第二节 CIS的特征与功能 第三节 CIS的构成与运行第四章 企业形象策划的全程运作 第一节 企业形象策划的关键因素 第二节 企业形象策划CIS导入的基础作业 第三节 企业形象策划的实施与控制第五章 企业理念识别系统策划 第一节 企业理念识别系统的内涵 第二节 企业理念识别系统的设计 第三节 企业理念识别系统的渗透第六章 企业行为识别系统策划 第一节 企业内部管理行为策划 第二节 企业市场拓展行为策划第七章 企业视觉识别系统策划 第一节 企业视觉识别系统设计概述 第二节 企业视觉识别系统基本要素设计 第三节 企业视觉识别系统应用要素设计第八章 企业公共关系策划 第一节 企业公共关系策划的程序 第二节 企业公关专题活动策划 第三节 企业公共新闻与谈判策划第九章 企业广告策划 第一节 企业广告策划的程序 第二节 广告创意策划 第三节 企业广告策划的媒体选择第十章 企业形象策划与企业效益 第一节 企业形象策划与企业效益 第二节 企业形象策划效果的评估 第三节 影响企业形象策划效果的因素分析参考文献
· · · · · (收起)

[现代企业形象策划学_下载链接1](#)

标签

评论

[现代企业形象策划学_下载链接1](#)

书评

[现代企业形象策划学_下载链接1](#)