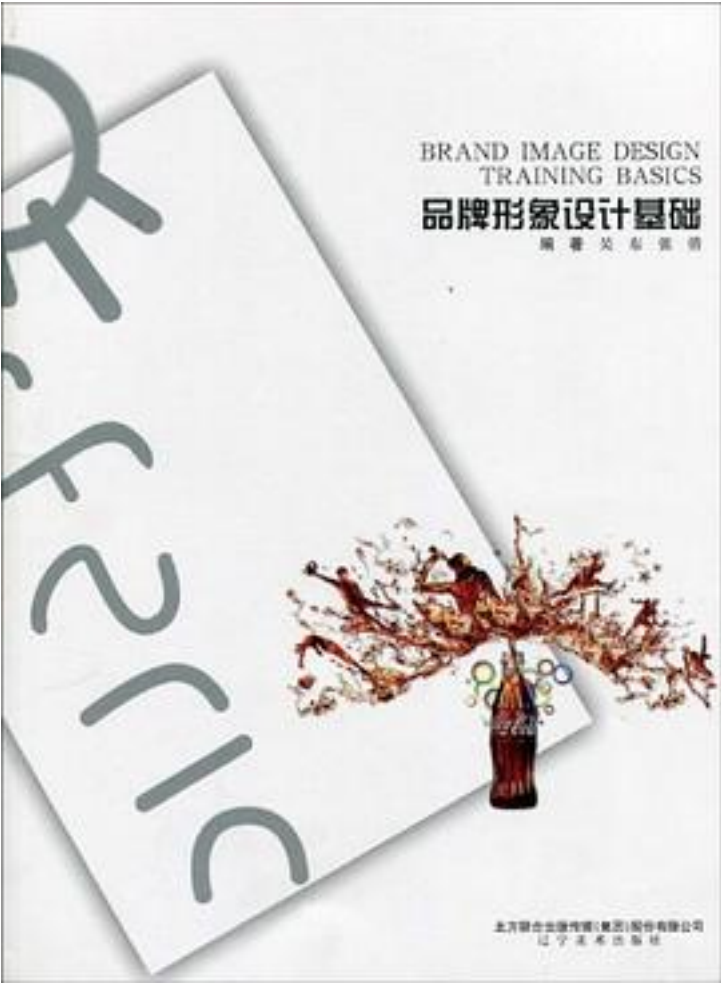


品牌形象设计基础



[品牌形象设计基础_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:1970-1

装帧:

isbn:9787531444978

《品牌形象设计基础》内容简介：品牌是广大消费者对一个企业及其过硬的产品质量、完善的售后服务等良好形象所形成的一种评价和认知，是企业、管理者投入巨大的人力

、物力建立起来的与消费者之间的一种信任。品牌形象是品牌构成要素在人们心理上的综合反应，是品牌名称、产品属性、品牌标志等给人们留下的印象以及主观评价，因此，从某种意义上讲，品牌形象随着品牌目标的产生而产生，它是品牌理念的延伸。品牌的内涵决定了品牌形象的表现。《品牌形象设计基础》全面系统地介绍了品牌形象设计的基本知识。全书共分七章，主要内容包括：品牌形象概述；品牌设计的策略；品牌形象要素的设计；品牌应用手册等。

作者介绍:

目录:

[品牌形象设计基础_下载链接1](#)

标签

论文

浙林

logo

2012

2010

评论

[品牌形象设计基础_下载链接1](#)

书评

[品牌形象设计基础 下载链接1](#)