

《品牌管理》

图书基本信息

书名：《品牌管理》

13位ISBN编号：9787567504979

出版时间：2013-12-1

作者：王新刚,黄静

页数：254

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《品牌管理》

内容概要

《品牌管理/高等学校经济与管理类教材·市场营销专业系列》作为市场营销专业教材中的一种，着重阐述了品牌管理中的相关理论，并佐以丰富的案例。共分十五章：品牌概述、品牌定位、品牌设计、品牌个性、品牌形象、品牌资产、品牌传播、品牌危机、品牌延伸、品牌系统、品牌关系、品牌社群、品牌联合、品牌国际化、网络品牌。

书籍目录

- 第一章 品牌概述
 - 第一节 品牌的内涵
 - 第二节 品牌的特征及作用
 - 第三节 品牌与产品
 - 第四节 品牌的分类
- 第二章 品牌定位
 - 第一节 品牌定位概述
 - 第二节 品牌定位的步骤
 - 第三节 品牌定位的原则及策略
- 第三章 品牌设计
 - 第一节 品牌命名
 - 第二节 品牌标识
- 第四章 品牌个性
 - 第一节 品牌个性概述
 - 第二节 品牌个性特征及价值

精彩短评

1、专业知识扫盲书

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:www.tushu000.com