

# 《品牌发展与企业创新》

## 图书基本信息

书名：《品牌发展与企业创新》

13位ISBN编号：9787566808621

出版时间：2014-3

作者：中国广告协会学术委员会 编,陈培爱 金定海 主编

页数：407

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](http://www.tushu000.com)

# 《品牌发展与企业创新》

## 内容概要

陈培爱、金定海主编的《品牌发展与企业创新》集结了三十多篇来自专业领域的，与品牌发展和企业创新相关的论文，从多角度、多领域，全方位地探讨了我国广告业的发展现况与存在的问题，探索了新媒体环境下广告业的转型与升级，广告公司的转型与创新。对于企业品牌的创新与发展，我国广告代言人的规范，品牌的传播等一系列创新时代的重要命题也给予了关注和探讨。

## 书籍目录

序

中国广告业发展新的机遇和方向

第一编 实践与创新

广告业的转型与升级的探索和思考

企业微博、品牌关系与传播管理新舞台

品牌娱乐营销的基因法则

科技驱动下广告表现载体创新对广告行业影响探析

新媒体时代中国房地产品牌营销思考

一个企业和一个国家的形象塑造

从西江千户苗寨看旅游传播与中国少数民族乡村

广告传播中的环境媒体创意

镜头里的创意大产业

广告业如何淡定“革命”

浅析“王老吉”品牌争议成因及其预防

转型发展与广告业的创新

新媒体环境下的中国品牌

数说2012中国媒体广告市场

新媒体环境下的媒体相对论

移动互动中的价值驱动

第二编 价值与重构

发展广告学的理论框架与影响因素研究

社会科学的使命与发展广告学

市场融合与广告产业创新

中国农产品区域公用品牌的价值评估研究

中华老字号战略与国家品牌安全

转型发展与品牌创新

转型发展需要品牌价值的重估

论民族文化的品牌塑造

电视主持人的商业品牌代言研究

品牌战略与企业形象传播

刍议新媒体环境下的公众广告监督

基于网络与新媒体技术的广告策划与推广专业人才的培养与创新

比较视野下的中国政治广告传播程金福

女性化形态在广告设计中的意义

广告策划与业务重构环境

自媒体时代品牌传播的草根文化依托

上海广告产业现状与转型发展面临的主要问题

试探中美广告代言人的管理规范

2011年中国广告学术研究报告

后记

广东省广告股份有限公司简介

# 《品牌发展与企业创新》

## 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](http://www.tushu000.com)