

《战略管理(4DVD)》

图书基本信息

书名：《战略管理(4DVD)》

13位ISBN编号：9787883032823

10位ISBN编号：7883032828

出版社：北京高教音像出版社

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

《战略管理(4DVD)》

内容概要

《战略管理》讲述了尽管中国有不少企业的营销水平已经非常高，由于品牌战略研究与商标知识普及工作的落后，中国的绝大部分企业不懂得如何进行商标战略规划和实施，没有建立强势品牌。而事实上，企业只按照常规营销传播理论做日常的营销传播工作，并不能打造强势品牌。本课程凝聚了王汉武先生在国内和国际顶尖品牌公司近20年实战经验，采用案例的讲解方法，您将从大量案例中获取重要品牌知识和商标管理的真知灼见。

主讲：王汉武，中国品牌管理研究中心主席，一位任职历练过三家世界500强企业的营销大师，一位海尔、国美都曾试图力邀出任品牌总经理的品牌专家，清华大学、北京大学、美国北弗大学、海尔大学等120余家教育培训机构客座教授和特聘专家，2009年荣获“中国培训杰出贡献奖”。历任乐百氏市场策划、可口可乐销售经理、美国百威直销经理和促销经理及大型集团营销副总裁；曾任法国达能集团中国公司培训经理和高级品牌经理。十余万人次的培训演讲，上百家企业实战品牌咨询服务，被企业和学员誉为实战经验和理论系统兼备的“中国第一品牌教练”。其培训过的学员和辅导过的企业遍布LG、TCL、飞利浦电器、宝洁、伊利、喜之郎、燕京啤酒、法牌服装、箭牌陶瓷、华晨汽车、航天地产、东软、农业银行、中石化、中电国际、中国联通等。

适合人群：企业高层、营销或品牌副总、品牌总监、市场总监、企划总监、广告部经理及市场部、销售部、促销部、广告部人士及需要灌输品牌意识和培养品牌行为的经销商等渠道成员。

书籍目录

- 一.品牌营销的重要性
- 二.品牌的真正内涵
- 三.品牌对消费者的影响
- 四.中国企业品牌建设现状
- 五.品牌战略规划（上）
- 六.品牌战略规划（下）
- 七.热气球品牌营销模式

《战略管理(4DVD)》

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