

# 《品牌运营理论与实践》

## 图书基本信息

书名：《品牌运营理论与实践》

13位ISBN编号：9787563818990

10位ISBN编号：7563818995

出版时间：2010-12

出版社：首都经济贸易大学出版社

页数：361

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)

# 《品牌运营理论与实践》

## 内容概要

《品牌运营理论与实践:基于十个行业的分析》是国家社会科学基金资助项目“中国企业品牌运营的现状、问题及对策研究”(04BJY034)的部分研究成果。为了完成该科研项目,课题组全体成员付出了艰辛和努力,做了大量调查研究工作,收集了许多有价值的研究资料,形成了多篇研究报告,并发表了20多篇学术论文及研究报告,在此基础上整理成书,以飨读者。

## 书籍目录

### 第一部分 品牌及其运营过程

- 1 品牌时代已经来临
  - 1.1 抵御国外贸易壁垒，需要品牌
  - 1.2 国内企业加快转型，呼唤品牌
  - 1.3 品牌能给消费者带来“果子效应”
  - 1.4 发展大计：资源整合，强势传播，自主创新
- 2 品牌解读及其对消费者的作用机理
  - 2.1 品牌解读
  - 2.2 品牌对消费者的作用机理
- 3 品牌运营过程与品牌资产增值
  - 3.1 品牌是企业资产
  - 3.2 品牌运营活动的主要内容
  - 3.3 品牌增值是品牌运营各环节联动、各部门整合的动态过程

### 第二部分 行业品牌运营报告

- 4 中国家电品牌运营报告
  - 4.1 家电与家电行业
  - 4.2 我国家电品牌运营现状
  - 4.3 我国家电品牌运营中存在的问题
  - 4.4 发达国家和地区家电品牌运营实践
  - 4.5 我国家电行业品牌运营对策探讨
  - 4.6 改善我国家电行业品牌运营环境的政策支持
- 5 中国汽车品牌运营报告

### 第三部分 专题研究报告

- 附录 乳品品牌个性与形象综合测评问卷  
参考文献

# 《品牌运营理论与实践》

## 精彩短评

1、还没看，不过质量不错，目录上看内容也还行

# 《品牌运营理论与实践》

## 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)