

《品牌战略管理》

图书基本信息

书名：《品牌战略管理》

13位ISBN编号：9787562327295

10位ISBN编号：7562327297

出版时间：2008-8

出版社：华南理工大学出版社

页数：242

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

《品牌战略管理》

内容概要

《品牌战略概论》立足于品牌战略在企业发展中的重要地位，从概念、原理和实践上对品牌战略进行了全面的分析，其主要内容：品牌战略概述、品牌战略管理的理论基础、品牌要素与战略特性、品牌环境因素分析、品牌战略定位、公司品牌与产品品牌战略、品牌组合战略、品牌国际化战略、品牌延伸战略、品牌创新战略、品牌设计与推广、品牌管理、品牌权益与品牌评估。

《品牌战略管理》

书籍目录

第一编 总论第一章 品牌战略概述第二章 品牌战略管理的理论基础第二编 品牌战略分析与定位第三章 品牌要素与战略特性第四章 品牌环境因素分析第五章 品牌战略定位第三编 品牌战略选择第六章 公司品牌与产品品牌战略第七章 品牌组合战略第八章 品牌国际化战略第九章 品牌延伸战略第十章 品牌创新战略第四编 品牌战略行动第十一章 品牌设计与推广第十二章 品牌管理第十三章 品牌权益与品牌评估参考文献

《品牌战略管理》

编辑推荐

《21世纪品牌传播与管理系列教材：品牌战略管理》内容新颖，条理清晰，具有很强的创新性和实用性，适合大中专师生以及从事传播和企业管理方面的人士参考学习。

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