

# 《品牌传播力》

## 图书基本信息

书名：《品牌传播力》

13位ISBN编号：9787807401131

10位ISBN编号：7807401133

出版时间：2008-7

出版社：上海文化

作者：张祖健

页数：657

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)

# 《品牌传播力》

## 内容概要

《品牌传播力:品牌信息化的报纸传播》首次从报纸新闻传播角度对品牌新闻进行系统研究，是上海大学品牌研究中心的学术成果。课题组选择了我国从中央与地方，行业与专业，经营与民生等各方面有代表性的27份报纸，根据中外品牌比对研究原则，选出在中国市场上有影响的27个品牌，采集了上述报纸在2003年至2005年间报道的2万多条有关新闻，建立了相关数据库，进行了品牌新闻流量模式、品牌新闻媒介分布、品牌新闻信息内涵格式、品牌新闻内容比对等专项研究。尤其重要的是，本项课题开始研究中国报纸传播品牌的报纸格式话语。

# 《品牌传播力》

## 作者简介

张祖健，上海大学教授，1994～2004年担任上海大学广告学系主任，现任上海大学广告·品牌研究中心主任，主持中国企业品牌运行的研究工作。本书是其主持研究团队的研究成果。

# 《品牌传播力》

## 书籍目录

序前言第一编张祖健 品牌信息化的报纸传播研究第二编黄凌 “方正”有“正”“微软”不“软”——IT软件品牌新闻报纸传播研究黄凌 “联想”与“IBM”：“蛇舞”与“象驰”——电脑品牌新闻报纸传播研究孙叶青 “波导”“摩托罗拉”品牌新闻比较——手机品牌新闻报纸传播研究周双羨 荣誉的“李宁”、“红双喜” 巅峰的“耐克”——品牌新闻报纸传播研究周双羨 柔和的“上海家化” 多维张扬的“宝洁”——日化品牌新闻报纸传播研究徐佳捷 崛起的“北大”榜样的“哈佛”——高校品牌新闻报纸传播研究徐佳捷 中国的“Baidu” 世界的“Google”——搜索引擎品牌新闻报纸传播研究庄淑敏 “娃哈哈”的deVeloping “可口可乐”的“develop——饮料品牌报纸传播研究庞大力 新秀“奇瑞”与巨人“丰田”——汽车品牌新闻报纸传播研究丁同庆 浪潮中的新船“国美”与老舰“家乐福”——零售业品牌报纸传播研究刘雅婕 标杆的“海尔”全方位的“索尼”——家电品牌新闻报纸传播研究周婷 “超级女声”旋风与“迪斯尼”热潮——娱乐品牌新闻报纸传播研究钱朝阳 极品“茅台”绿色“喜力”——酒业品牌新闻报纸传播研究张祖健 中国品牌商誉运营分析——自行车品牌商誉历史模式研究第三编福策数据库 中国部分省市报纸简介后记

# 《品牌传播力》

## 精彩短评

1、仅仅就是一本论文集，里面有一些分析方法可以借鉴，但并不能说新颖和独到。

# 《品牌传播力》

## 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)