

<<品牌管理>>

图书基本信息

书名：<<品牌管理>>

13位ISBN编号：9787300060873

10位ISBN编号：7300060870

出版时间：2004-1

出版单位：人民大学

作者：陈云岗

页数：232

字数：213000

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：<http://www.tushu007.com>

<<品牌管理>>

内容概要

当品牌经营已成为企业竞争的必由之路时，富有创见的国内品牌管理专著明显缺失，《品牌经营工具箱丛书》的问世显著填补了这一空白，本丛书以品牌经营价值链为核心，为所有工商企业和其他类型的组织提供了国内第一套全面、系统阐释品牌经营基本理念、关键方法和特别技能，具有实战性和可操作性的品牌经营指南。

与品牌设计相同，品牌管理是品牌规划的具体承载和落实，缺乏目标的品牌管理非常容易陷入固步自封或盲目扩张的歧途。

本书突破了通常的品牌管理停留在品牌规范管理的局限，建构起包括品牌战略、品牌规范管理、品牌运营管理在内的品牌管理完整体系。

本书分4章，主要内容包括：品牌管理的价值；品牌战略管理；品牌规范管理和品牌运营管理。

通过本书，品牌经营者将可以掌握全品牌管理方法，明晰如何从企业组织的日常化管理转型为品牌化管理，聚合组织资源，激励和保障所有组织成员全面履行品牌承诺，共同推进品牌经营目标的落实。

本丛书适用于所有工商企业及其他组织中志在品牌经营的高中管理者，管理咨询分司、市场调查公司、品牌设计公司、广告公司、公关公司、培训公司等智力服务机构的专业人员，大专院校经管专业的师生和商学院MBA，同时还可作为企业管理人员的培训用书，以及对品牌经营感兴趣的所有读者之最佳参考书。

作者简介

陈云岗 品牌战略顾问，博卡品牌行创立人，兼任多家公司品牌总监。
在快速消费品、商业服务和公共服务等领域中有十多年的服务经验，在品牌经营方面有理论建树和实战经验，创新意识强，讲求战略的创新性和执行的实效性。
他曾经服务地宾知名品牌包括“小护士”、“白加黑”

<<品牌管理>>

书籍目录

第1章 品牌客量的价值 1 传统管理的黄昏 2 品牌管理价值简析 3 品牌管理新天地 4 品牌管理7要素 5 全程品牌管理模型概述 6 企业经营品牌化 7 品牌管理的8个误区 附录：值得研习的品牌科目第2章 品牌战略管理 1 软规划，硬管理 2 品牌延伸管理 3 品牌多元化管理 4 品牌群整合管理 5 品牌购并管理 6 品牌出售管理 7 品牌联合管理 8 品牌孵化管理 9 品牌催化管理 10 品牌再造管理 第3章 品牌规范管理 1 品牌规范管理模型概述 2 品牌识别管理规范 3 品牌传播管理规范 4 品牌谱系管理规范 5 品牌延伸管理规范 6 品牌保护管理规范 7 品牌体检管理规范 8 品牌组织管理规范 第4章 品牌运营管理 1 品牌运营处理模型概述 2 产品供应管理 3 市场营销管理 4 形象传播管理 5 组织运营管理 6 支援业务运营管理 7 品牌运营管理流程 8 品牌运营管理借口 后记 企业高管的真功夫

媒体关注与评论

本丛书突破了一般经营管理图书的匠气，以领导者的洞察力，高瞻远瞩地把品牌经营的议题提升到了核心竞争力、经营价值链等战略层次上分析和探讨，这无疑可以使投资者、领导者和执行者在品牌经营的平台上找到共同的立足点。

——盖洛普（中国）咨询有限公司执行董事/总经理 郭昕 将品牌植根于心是超乎常态的努力，如何高效地完成这个复杂的工程，答案是系统的品牌培训；而如何进行系统的品牌培训，在这套丛书中，读者将会从陈云岗先生的系统论述中找到答案。

——亚洲咨询培训与发展协会秘书长 杨思卓

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:<http://www.tushu007.com>