

<<企业形象塑造论>>

图书基本信息

书名：<<企业形象塑造论>>

13位ISBN编号：9787301038888

10位ISBN编号：7301038887

出版时间：1998-2

出版时间：北京大学出版社

作者：王维平

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>

<<企业形象塑造论>>

内容概要

《企业形象塑造论:形象力与企业活力》从理论到实践,生动具体地阐述和分析了企业形象的概念特征、表现形态、构成要素、指标和科学定位;企业形象塑造的内容、程序、战略、途径和实施方式;企业形象与资源配置和企业活力等问题。

既有工业、商业、金融等不同企业形象塑造的实施,也有活动方案的设计、形象广告的策划、形象战略的导入和文化建设的组织等内容。

<<企业形象塑造论>>

书籍目录

目录 西方利益伦理思想的发展方向 第一章 德谟克利特：功利论伦理的思想源头 第二章 伊壁鸠鲁：利益理性快乐论伦理思想 第三章 爱尔维修：利益是道德生活的惟一动力 第四章 休谟：自爱与爱人的利益伦理思想 第五章 边沁：最大多数人的最大幸福论伦理思想 第六章 穆勒：个性自由主义利益伦理追求 当代利益伦理理论的宏观探讨 第七章 群己权界：当代利益道德构建的双重规范 第八章 利益伦理学的基本思路 第九章

<<企业形象塑造论>>

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>