

<<高级品牌管理>>

图书基本信息

书名：<<高级品牌管理>>

13位ISBN编号：9787302077756

10位ISBN编号：7302077754

出版时间：2004-1-1

出版时间：清华大学出版社

作者：Paul Temporal

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>

<<高级品牌管理>>

内容概要

本书介绍如何制定品牌战略和管理品牌，并深入剖析25个经典案例，使您轻松掌握品牌管理之道。本书堪称品牌管理百宝囊，收集了许多颇有价值的疑问和实战方案。

该书分析深入，点评透彻，所举案例贴近中国读者的工作和生活实际。

主要向读者呈献如下内容：如何确定品牌愿景；如何制定品牌战略；如何评估品牌价值；如何选择品牌定位战略；如何创建品牌文化；如何利用公共关系创建品牌；如何进行品牌延伸、品牌复兴和品牌

<<高级品牌管理>>

书籍目录

第1章 品牌管理角色的演变

第2章 品牌愿景、品牌战略和消费者心理

第3章 市场定位与品牌管理

第4章 品牌架构

第5章 品牌管理的三大困境——品牌延伸、品牌复兴和品牌放弃

第6章 品牌管理可以利用的所有传媒

第7章 信息时代的品牌管理和客户关系管理

第8章 “品牌万岁！”

”：创造品牌文化

第9章 衡量品牌成功的方法：市场调研和品牌估价

第10章 结束语

附录 品牌管理工具箱

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>