

<<品牌管理>>

图书基本信息

书名：<<品牌管理>>

13位ISBN编号：9787302125181

10位ISBN编号：730212518X

出版时间：2006-4

出版时间：清华大学出版社

作者：万后芬

页数：360

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

本书分为品牌理论、决策、推广、忠诚和资产篇五部分。
本书以品牌基础理论—品牌决策—品牌推广—品牌忠诚—品牌资产运营为主线，全书脉络清晰，结构严谨，由浅入深，循序渐进。
既有严密的理论体系，又有经典的品牌管理案例。
在介绍国外经验的同时，也叙述了我国成功企业的品牌管理。
针对互联网的普及和影响，书中还专门论述了网络品牌的建立、推广和发展策略。
本书适合作为高等院校教材和企业培训的参考资料，也适合于企业高层经理及品牌管理人员阅读参考。

<<品牌管理>>

作者简介

万后芬，中南财经大学市场营销课程首席教授，博士生导师。
中国高等院校市场学研究会副会长；中南地区市场营销学会副会长；湖北省市场营销学会秘书长。
被国务院授予高教领域有突出贡献者称号，享受国务院特殊津贴。
荣获中南财经大学优秀教师、教学优秀奖、研究生教育“华为”奖等项综合奖。

主要研究方向为市场营销定量研究、零售问题研究、绿色营销研究、企业营销理论与实践研究、
市场营销教学与改革等。
主持完成国家自然科学基金项目和国家社会科学基金项目各1项，省级项目4项；主编《营销系统工程》、《绿色营销》等16部著作，发表学术论文50余篇。

<<品牌管理>>

书籍目录

第1部分 理论篇第1章 绪论1.1 品牌的含义与类型1.2 品牌的基本内涵1.3 国外对品牌理论的研究小结习题附录1 中国名牌产品管理办法(2003年4月2日)附录2 中国名牌产品名录案例 丝宝的品牌之路参考文献第2部分 决策篇第2章 品牌的归属决策2.1 制造商品牌2.2 经销商品牌小结习题案例 没有工厂的“制造商”——英国马狮百货集团参考文献第3章 品牌的使用决策3.1 品牌的创立和购买3.2 品牌的标准化和差异化小结习题案例 格林柯尔的冰箱王国参考文献第4章 网络品牌的管理4.1 网络品牌的含义4.2 网络品牌的建立4.3 网络品牌传播推广策略4.4 网络品牌发展策略小结习题案例 捷康在网络中生存参考文献第3部分 推广篇第5章 品牌的市场推广计划5.1 品牌的市场分析5.2 品牌市场推广的前期准备5.3 品牌的市场推广计划小结习题案例 广州南方高科有限公司品牌推广参考文献第6章 品牌的市场定位6.1 品牌定位概述6.2 品牌定位策略小结习题案例 星巴克:休闲、时尚和生活方式参考文献第7章 品牌的广告推广7.1 品牌广告推广原则7.2 品牌广告推广决策小结习题案例 海王金樽品牌广告推广参考文献第8章 品牌延伸与更新8.1 品牌延伸策略8.2 品牌更新策略小结习题案例 星巴克:迸发音乐野心参考文献第4部分 忠诚篇第9章 顾客满意与品牌忠诚9.1 顾客类型分析9.2 顾客满意度测评9.3 顾客满意与品牌忠诚分析小结习题案例 三星的品牌忠诚度培养参考文献第10章 品牌形象的树立与提升10.1 品牌形象的内涵与特点10.2 影响品牌形象的消费者行为学基础10.3 品牌形象模型10.4 品牌形象的提升小结习题案例 丽花丝宝的品牌形象建设参考文献第11章 品牌的全面质量管理11.1 品牌产品的质量控制在11.2 品牌产品营销的质量控制小结习题案例 丰田的产品质量控制参考文献第12章 品牌危机管理12.1 品牌危机的特征及原因12.2 品牌危机的管理12.3 品牌危机处理12.4 危机总结与利用小结习题案例 美国强生公司危机处理艺术参考文献第5部分 资产篇第13章 品牌资产的构成要素13.1 品牌资产13.2 品牌认知13.3 品牌联想13.4 品牌忠诚小结习题案例 金六福品牌资产的构建参考文献第14章 品牌价值评估14.1 品牌价值评估内容14.2 品牌价值评估方法小结习题附录 品牌价值评估机构案例 万宝路的价值从何而来参考文献第15章 品牌资产运营15.1 品牌资产的建立15.2 品牌资产经营的基本策略15.3 品牌资产激活15.4 正确处理品牌资产经营中的几个关系小结习题案例 恒源祥——让外企害怕的老字号品牌参考文献

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>