

<<名牌在传播中诞生/名牌丛书>>

图书基本信息

书名：<<名牌在传播中诞生/名牌丛书>>

13位ISBN编号：9787307028296

10位ISBN编号：7307028298

出版时间：1999-11

出版时间：武汉大学出版社

作者：赵军

页数：280

字数：233000

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>

<<名牌在传播中诞生/名牌丛书>>

内容概要

人们说农业社会竞争土地，工业社会竞争机器，而信息社会竞争名牌。此话虽显偏颇却又不无道理。

名牌的确是跨世纪中国最为热门的话题之一。

中国的改革开放至今，不过二十多年的历史，但市场格局却发生了翻天覆地的变化，人们从注重价格到注重质量，再到注重品牌，是一种消费心里的飞跃，也是市场格局走向名牌瓜分市场，走向群雄逐鹿，终为几足鼎立的成熟表现。

今天中国的话多人都对国际名牌事业提供了广阔的空间。

我们希望之套丛书能使研究者受到启迪，实务者找到方向，通过多点透视的办法，将名牌的研究推进一步。

<<名牌在传播中诞生/名牌丛书>>

作者简介

赵军，硕士，1962年生于北京，现任教于河北师范大学管理学院。

1989年起致力于中国企业人市场的研究，主要领域有：企业战略管理、公司再造、市场拓展和媒体开发等，已发表相关论（译）文几十篇，并兼任中国三利集团、德州扒鸡集团等十几家知名企业的顾问。

<<名牌在传播中诞生/名牌丛书>>

书籍目录

1 名不虚传：名牌与现代传播 1.1 名牌战略：中国企业挑战未来的抉择 科技——管理——市场 中国企业有什么，没什么 唱响中华牌 1.2 古才的传播：现代人的依托 人之为人 从“马上”时代到“网上”时代 远离真实的人们 1.3 名牌拉着传媒的手，且喜肯优往前走 中国企业惊险一跳的两个模式 难舍的情结 猴子变人的艰难历程2 人际传播：品牌忠诚的培养 2.1 消费老汉偏好的力量 离不开油盐酱醋 肯德基——吃文化 永恒的市场法则 2.2 信则录，不信则无 眼见为实 同消费者心灵的对话 小鸭集团的规范用语3 大众传播：名牌的提升 3.1 名牌扩张的放大器 速度快：一夜成名 范围广：名扬四海 品牌扩张的三步曲 3.2 名牌攀升的助推器 融入社会文化的企业文化 给予地位，增予商誉 海纳百川，资源共享 3.3 名牌保护的灭火器 凡宣传未必皆好事 民心可顺不可违 警惕那潜藏的暗礁4 广告传播：名牌的支撑 4.1 “回款才是硬道理” 标王之争为哪般 玉兰油上门大派送 定们准确等于成功 4.2 竞争与合作：双赢策略 竞争：发展的好时机5 整合传播：名牌的延续6 传播媒介的开发：名牌活力之源

<<名牌在传播中诞生/名牌丛书>>

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>