

<<品牌营销>>

图书基本信息

书名：<<品牌营销>>

13位ISBN编号：9787500563501

10位ISBN编号：7500563507

出版时间：2003-3

出版时间：中国财政经济出版社

作者：樊而峻

页数：351

字数：265000

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>

<<品牌营销>>

内容概要

在我们日常生活中，品牌越来越成为最为最大众化的词语之一。

好像每个人对品牌都有一定的认识。

但当你向大众询问“品牌是什么”时，说法却是五花八门。

有人认为是一个产品的名称或商标，有人却说它就是一个产品，还有人会说它是名称、商标、产品、质量的集合体，可见，人们频繁地使用“品牌”一词，“品牌”对不同的人而言意义却不司。

但至少有一点是可以确定的，品牌并非产品，品牌是珍贵的。

<<品牌营销>>

书籍目录

1. 品牌认识 1.1 品牌认识 1.2 品牌的演进与发展 1.3 著名品牌的共同特征 1.4 品牌效应 2. 品牌价值及其量化分析 2.1 品牌价值演进 2.2 品牌价值的量化分析 2.3 中国品牌价值研究的进展 3. 品牌营销过程 3.1 品牌营销观念的发展与变化 3.2 品牌营销管理过程及战略的制定 3.3 品牌市场定位 3.4 品牌化决策 4. 品牌塑造 4.1 品牌产品设计 4.2 品牌名称设计 4.3 品牌标志设计 4.4 品牌商标设计 4.5 品牌说明与品牌口号设计 5. 品牌包装设计 6. 品牌推广 7. 品牌网络营销 8. 品牌延伸与品牌多元化 9. 品牌成长与创新 10 品牌国际化 11. 品牌保护与发展 12. 品牌大营销战略 参考文献 后记

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>