

<<品牌营销>>

图书基本信息

书名：<<品牌营销>>

13位ISBN编号：9787505410831

10位ISBN编号：7505410830

出版时间：2004-11

出版时间：朝华出版社

作者：中国营销总监职业培训教材编委会

页数：283

字数：328000

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

《中国营销总监/经理职业培训系列教材》内容丰富，汲取营销界前沿性、创新性的研究成果；观点独特深刻，表达深入浅出。

为了实践与理论相结合，教材中编写了大量的案例和师生互动讨论题。

真正体现了面向市场讲授理论，理论为社会服务，为企业服务，为产践服务。

作者相信，《中国营销总监/经理职业培训系列教材》的出版，对建设有中国特色的市场营销理论，对于中国营销专业化人才培养，提高中国企业市场营销水平将起到重大的推动作用。

<<品牌营销>>

书籍目录

序第1章 品牌概述 第一节 品牌的含义 第二节 品牌的分类 第三节 品牌的价值第2章 品牌营销战略
第一节 品牌营销战略的含义与构成 第二节 品牌营销战略决策 第三节 提高品牌的忠诚度第3章 品牌
定位 第一节 品牌个性 第二节 品牌定位 第三节 品牌定位策略 第四节 品牌定位流程 第五节 品牌定
位的误区第4章 品牌形象与设计 第一节 品牌形象的内涵 第二节 品牌形象的定位 第三节 品牌形象的
塑造 第四节 品牌命名与名装第5章 品牌策略组合 第一节 品牌归属策略 第二节 品牌统分策略 第三
节 复合品牌策略 第四节 品牌延伸策略第6章 品牌整合传播 第一节 品牌传播概述 第一节 品牌广告
传播 第三节 品牌公关传播 第四节 品牌促销传播 第五节 品牌整合传播第7章 品牌维系与更新第8章
品牌危机管理第9章 品牌经营与管理第10章 品牌资产管理第11章 品牌经理制第12章 品牌国际化编后
跋

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>