

<<中小企业品牌经营与控制>>

图书基本信息

书名：<<中小企业品牌经营与控制>>

13位ISBN编号：9787506420785

10位ISBN编号：7506420783

出版时间：2001-10

出版时间：中国纺织出版社

作者：拓维文化编著

页数：338

字数：264000

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>

<<中小企业品牌经营与控制>>

内容概要

本书系“中小企业经营管理指南”丛书之一种。

提高产品的知名度、美誉度，树立企业品牌形象，掌握品牌经营和控制的技巧，是提高企业市场竞争力的主要手段之一。

本书不仅全面系统地阐述了中小企业品牌经营与控制的基础理论知识，而且列举了大量可操作性极强的实用方略与技巧，并对中国中小企业如何在21世纪创立自己的知名品牌提出了切实可行的建议与方法，是适合中小企业企管人员及策划人员阅读的最佳参考书。

<<中小企业品牌经营与控制>>

书籍目录

第一篇：总论 第一章：中小企业品牌的认知 第一节 品牌与品牌类别 第二节 企业由品牌到名牌 第二章：中小企业品牌的命名策略 第一节 中小企业品牌命名的策略及借鉴 第二节 中小企业品牌标识设计策略的借鉴 第三章：中小企业品牌与市场 第一节 中小企业要认识到品牌在市场竞争中的作用 第二节 中小企业如何参与品牌竞争 第四章：品牌与中小企业形象 第一节 “CI”热潮迭起 第二节 品牌与企业形象 第三节 中小企业品牌形象的策划与创制 第二篇：实用方略 第五章：中小企业品牌战略的确立原则及整体构架 第一节 中小企业品牌战略的确立原则 第二节 中小企业品牌战略的整体构架 第六章：中小企业品牌经营策略 第一节 中小企业品牌的定位策略 第二节 中小企业品牌经营的定位策略 第三节 推陈出新的产品策略 第四节 中小企业品牌形象的塑造 第七章：中小企业品牌经营方法 第一节 “品牌全球化”大趋势 第二节 品牌经营不败的成功经验 第三节 中小企业品牌经营的方法 第八章：中小企业品牌经营与应变 第一节 中小企业品牌经营的市场应变 第二节 中小企业品牌经营的产品应变 第三节 中小企业品牌经营的价格应变 第四节 中小企业品牌经营的公关应变 第五节 中小企业品牌经营的广告应变 第九章：中小企业品牌竞争与市场细分的关系 第一节 中小企业品牌专一化服务的市场细分 第二节 中小企业品牌专一化服务中细分市场的吸引力 第三节 中小企业品牌专一化服务优势战略的选择 第四节 中小企业品牌专一化服务优势中的陷阱与机会 第五节 品牌专一化服务实例 第十章：品牌成名经典透视 第一节 从修理车间到跨国公司 第二节 “微软”成功的背后 第三节 其它名牌成功透视 第三篇：未来之路 第十一章：中国名牌的未来之路 第一节 树立品牌意识对品牌竞争有清醒的认识 第二节 品牌经营与发展 第三节 争创名牌有规律可循 第四节 争创名牌，实施名牌战略

<<中小企业品牌经营与控制>>

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>