

<<声音品牌化>>

图书基本信息

书名：<<声音品牌化>>

13位ISBN编号：9787509614525

10位ISBN编号：750961452X

出版时间：2011-8

出版时间：经济管理出版社

作者：丹尼尔·M.杰克逊

页数：149

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>

<<声音品牌化>>

内容概要

本书充满了观点。
在品牌化和声音品牌化这样年轻的产业中，定量分析处于发展初期，是很难成功定义的，不过任何事情开始都是这样的，品牌化是个新兴的产业，尽管它借用了人类几千年的经验及许多原则和信念，但这个产业投身于品牌的创造和管理，严格说来，仅50年或者也就是50来年的样子。

<<声音品牌化>>

书籍目录

- 序言
- 前言
- 第一部分 什么是声音品牌化
 - 第一章 时机来临
 - 第二章 广告诗的发展历程
 - 第三章 电影给我们的启示
 - 第四章 声音是什么
 - 第五章 声音的科学性
 - 第六章 声音的三种元素
- 第二部分 品牌的特征
 - 第七章 历史观点
 - 第八章 品牌和它的符号
 - 第九章 麦当劳品牌
 - 第十章 品牌的本质是信念
 - 第十一章 把信念转换成品牌
 - 第十二章 信念的产生——曾被讲述的最好的故事
 - 第十三章 信念能成为品牌
 - 第十四章 品牌的定义
 - 第十五章 品牌化
- 第三部分 我们是如何做的
 - 第十六章 声音品牌的动力
 - 第十七章 品牌概要
 - 第十八章 创造性的学习
 - 第十九章 品牌情绪板
 - 第二十章 品牌特性
 - 第二十一章 声音语言
 - 第二十二章 声音指导方针
 - 第二十三章 声音标识语
 - 第二十四章 技术因素
 - 第二十五章 品牌体验
- 附录：对话
- 术语表

<<声音品牌化>>

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>