

<<品牌管理学>>

图书基本信息

书名：<<品牌管理学>>

13位ISBN编号：9787561540916

10位ISBN编号：7561540914

出版时间：2012-3

出版时间：厦门大学出版社

作者：瞿艳平

页数：168

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>

<<品牌管理学>>

内容概要

第一，以全面推进素质教育为着眼点，以教育部《普通高等教育教材建设与改革的意见》为指导，面向现代化，面向未来，面向经济全球化，充分考虑学科体系和知识体系的完备性、系统性和科学性，同时适应培养高素质、创新型、复合型专业人才的需要，并力求教材具有体系新、内容新、资料新、方法新的特点。

第二，在选择教材内容以及确定知识体系和编写案例时，注意素质教育和创新能力、实践能力的综合培养，为学生在基础理论、专业知识、业务能力以及综合素质的协调发展方面创造条件。

<<品牌管理学>>

书籍目录

- 第1章 品牌管理概述
 - 第一节 品牌管理理论起源
 - 第二节 品牌管理的实践
 - 第三节 品牌管理的理论分析
- 第2章 品牌定位管理
 - 第一节 定位理论的演进
 - 第二节 品牌定位
 - 第三节 品牌定位的过程
 - 第四节 品牌再定位
 - 第五节 品牌定位存在的问题及对策
- 第3章 品牌文化管理
 - 第一节 文化、企业文化与品牌文化
 - 第二节 品牌文化与品牌个性
 - 第三节 品牌文化的形成过程及表现形式
 - 第四节 品牌文化的培育路径与方法
- 第4章 品牌资产管理
 - 第一节 品牌资产理论发展历程
 - 第二节 品牌资产的概念及结构
 - 第三节 品牌资产评估模型与方法
- 第5章 品牌关系管理
 - 第一节 品牌关系管理的概念
 - 第二节 品牌关系评估方法
 - 第三节 品牌关系管理的互动模式
 - 第四节 品牌关系价值的创造
- 第6章 品牌延伸管理
 - 第一节 品牌延伸理论的形成与发展
-
- 第7章 品牌危机管理
- 参考文献

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>