

<<品牌调研>>

图书基本信息

书名：<<品牌调研>>

13位ISBN编号：9787562330493

10位ISBN编号：7562330492

出版时间：2009-4

出版时间：华南理工大学出版社

作者：雷鸣

页数：364

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>

<<品牌调研>>

内容概要

《品牌调研》结合市场调研与品牌资产的理论与方法，从一定的理论高度和实用角度建立了品牌调研的方法体系和调研内容。

《品牌调研》分为十二章。

第一章对品牌调研进行概述；第二章至第八章对品牌调研的过程进行了介绍。

第九章至第十二章介绍了品牌环境、品牌竞争力、品牌权益、品牌价值等。

<<品牌调研>>

书籍目录

第一章 品牌调研概述第二章 品牌调研准备第三章 抽样设计第四章 品牌调研的定性研究方法第五章 品牌调研的定量研究方法第六章 综合调研方法第七章 统计分析方法第八章 调研报告的撰写第九章 品牌环境调研第十章 品牌竞争力调研第十一章 品牌权益调研第十二章 品牌价值调研参考文献

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>