

<<品牌管理>>

图书基本信息

书名：<<品牌管理>>

13位ISBN编号：9787565002564

10位ISBN编号：7565002569

出版时间：2011-4

出版时间：合肥工业大学出版社

作者：邬烈炎

页数：176

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>>

内容概要

《品牌管理》是一本全面阐述品牌管理的概念、原理及其具体方法的教材，不仅系统反映了品牌管理最新的研究成果和发展趋势，且有诸多创新之处。

每章开篇有引例，文中不仅大量引用了国内外品牌管理的成功案例，还分析了一些品牌管理失败的教训，并穿插以理论为支撑的营销视点，同时把教学过程中遇到的问题和学生调研的宝贵资料贯穿到教材中，使读者轻松、深刻地掌握如何在企业实际经营管理过程中。

高效运用与品牌相关的理论、工具和策略。

便于教学和提高学生的理解。

本书由杨莉萍编著。

<<品牌管理>>

书籍目录

- 第一章 品牌概述
 - 第一节 品牌的概念与分类
 - 第二节 品牌的作用
- 第二章 品牌定位
 - 第一节 品牌定位的理论及意义
 - 第二节 品牌定位策略
 - 第三节 品牌定位过程
- 第三章 品牌命名和视觉设计
 - 第一节 品牌命名
 - 第二节 品牌视觉设计
- 第四章 品牌推广
 - 第一节 品牌推广概述
 - 第二节 品牌推广的策略
 - 第三节 品牌传播整合策略
- 第五章 品牌文化
 - 第一节 品牌文化与企业文化
 - 第二节 品牌文化的特征与类型
 - 第三节 品牌文化的功能与价值
- 第六章 品牌形象
 - 第一节 品牌形象的含义、特点与构成
 - 第二节 品牌形象评判
 - 第三节 品牌形象的塑造
- 第七章 品牌价值
 - 第一节 品牌价值的内涵与构成
 - 第二节 品牌价值的创新、提升与评估
- 第八章 品牌延伸与扩张
 - 第一节 品牌延伸
 - 第二节 品牌扩张
 - 第三节 品牌延伸与扩张策略
- 第九章 品牌维护和危机管理
 - 第一节 品牌维护
 - 第二节 商标管理
 - 第三节 品牌的危机管理
- 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>