

<<品牌经营策略>>

图书基本信息

书名：<<品牌经营策略>>

13位ISBN编号：9787801624185

10位ISBN编号：7801624181

出版时间：2002-8

出版时间：经济管理出版社

作者：王新玲

页数：192页

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>

<<品牌经营策略>>

内容概要

本书内容包括：品牌经营、品牌忠诚、品牌知名度、知觉质量、品牌联想、品牌延伸、多品牌策略等

。

<<品牌经营策略>>

书籍目录

第一章 品牌经营

——努力创建强势品牌

案例1：耐克品牌的巨大价值

案例2：摩托罗拉开拓中国市场

品牌经营的目标是创建强势品牌

品牌经营涉及一系列策略

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>