

<<品牌文化>>

图书基本信息

书名：<<品牌文化>>

13位ISBN编号：9787801690944

10位ISBN编号：780169094X

出版时间：2002-06-01

出版时间：中国时代经济出版社

作者：白光

页数：601

字数：480000

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>

<<品牌文化>>

内容概要

“品牌”包含着两个含义：“品”即物品，商品的等级、种类，当然也含有人的品格；“牌”则是企业单位为自己产品或服务的专用名称，实际上是商标。

品牌的市场意义在于品牌附着着特定的文化，我们称之为品牌文经。

进入新世纪，人们已经认识到，品牌尤其是具有良好知名度和美誉度的品牌是企业获取竞争优势、进占目标市场的“通灵宝玉”。

此书精选了近200余个典型案例，揭示了成功品牌创意、发展、形成的一系列过程，让人细细品味其中浓浓的品牌文化。

<<品牌文化>>

书籍目录

序第一章 品牌名称定位文化第二章 品牌图形设计文化第三章 品牌形象塑造文化第四章 品牌理念提升文化第五章 品牌管理创新文化第六章 品牌营销变革文化第七章 品牌借名扬名文化第八章 品牌公关造势文化第九章 品牌广告宣传文化第十章 品牌优质服务文化第十一章 品牌绿色环保文化第十二章 老字号的统文化第十三章 中华民族现代文化

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>