

<<品牌营销>>

图书基本信息

书名：<<品牌营销>>

13位ISBN编号：9787802076563

10位ISBN编号：7802076560

出版时间：2006-8

出版时间：经济管理出版社

作者：冯丽云

页数：291

字数：356000

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>

<<品牌营销>>

内容概要

品牌成为一种新的国际语言进入全世界的千家万户，成为老百姓经济生活中不可缺少的重要组成部分。

国内外市场已经进入品牌竞争的时代，以品牌为核心的企业重组成为一种趋势。

如何创立中国的名牌，并利用名牌使中国企业走向世界，是摆在营销理论界和企业界面前的一个值得探讨的重要课题。

《品牌营销》是“21世纪营销实战丛书”系列著作之一。

本书立足于多年教学和科研中所掌握的品牌营销理论与实务最新发展信息和趋势，参考了大量近年来国内外品牌营销经典著作，融入了领悟编写而成的。

本书通俗易懂，典型的案例，向读者介绍品牌营销的基本理论和实务，其内容注重理论前瞻性并力求实践相结合，以求对企业开展品牌营销有直接的指导意义。

<<品牌营销>>

书籍目录

第一章 品牌概述 第一节 品牌的概念 第二节 品牌的特征与类型 第三节 品牌的作用与名牌战略的心理效应 本章小结 阅读资料 案例 思考题
第二章 品牌打造 第一节 品牌打造内涵 第二节 品牌打造要从品牌基础入手 本章小结 阅读资料 案例 思考题
第三章 品牌定位 第一节 品牌定位的概念和意义 第二节 品牌定位的原则与标准 第三节 品牌定位的过程 第四节 品牌定位策略 本章小结 阅读资料 案例 思考题
第四章 品牌的形象 第一节 品牌形象概论 第二节 品牌形象的驱动力和驱动要素 第三节 品牌形象塑造重在突出品牌个性 第四节 品牌形象策略 本章小结 阅读资料 案例 思考题
第五章 品牌营销战备 第一节 品牌战备与品牌营销战略 第二节 品牌生命周期战略 第三节 统一品牌战略 第四节 多品牌战备 第五节 副品牌战略 本章小结 阅读资料 案例 思考题
第六章 品牌命名 第一节 品牌命名的原则 第二节 品牌命名的策略和方法 第三节 品牌命名的步骤 本章小结 阅读资料 案例 思考题
第七章 品牌推广 第八章 品牌延伸 第九章 品牌保护 第十章 品牌国际化营销参考文献

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>