

<<战略性品牌管理>>

图书基本信息

书名：<<战略性品牌管理>>

13位ISBN编号：9787100030878

10位ISBN编号：7100030870

出版时间：2000-5

出版机构：商务印书馆

作者：让·诺尔·卡菲勒

页数：452

字数：23000

译者：王建平，曾华

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>

<<战略性品牌管理>>

内容概要

本书全方位地论述了品牌管理的理论与实践，在新版本中加入了来自世界各地的大量品牌管理的最新案例，并特别关注了全球性品牌的发展。

书中三个有关品牌生命力的篇章包括：挑战品牌的价值源泉、控制品牌生命力的诸多因素以及衰退品牌的复兴战略。

该书对多种品牌战略和品牌归并的现实予以重现，注重品牌的宣传、服务和生产，对市场营销更具实际指导作用。

<<战略性品牌管理>>

书籍目录

第一部分：品牌

第一章 品牌权益

第二章 品牌管理规则

第三章 品牌特性

第二部分 品牌管理

第四章 推出新品牌

第五章 长期战略

第六章 品牌形象：随机应变

第七章 品牌设计

第八章 品牌延伸

第九章 多元化品牌

第十章 品牌易名与品牌转换

第十一章 品牌衰亡、品牌老化、品牌更新

第十二章 品牌国际化

第三部分 品牌评估

第十三章 品牌财务评估与会计核算

<<战略性品牌管理>>

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>