

<<品牌营销>>

图书基本信息

书名：<<品牌营销>>

13位ISBN编号：9787301137949

10位ISBN编号：730113794X

出版时间：2008-11

出版时间：北京大学出版社

作者：黄静 主编

页数：442

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

本书的目标是为有志塑造品牌的组织和个人提供一套系统、全面的品牌营销理论与实践体系，具体包括如何将一个产品塑造成一个品牌，如何对多个品牌系统进行管理，品牌资产的营销管理。

将产品塑造成品牌的主要内容包括：品牌定位、品牌设计、品牌个性、品牌形象、品牌传播、品牌危机管理、品牌更新；对两个以上的品牌系统进行有效管理主要包括品牌系统策略、品牌延伸、品牌系统管理组织形式，品牌资产的营销管理主要包括建立、评估和保护品牌资产。

最后本书为读者提供了一些阅读专题 品牌全球化、网络品牌、品牌关系管理、品牌原产地与品牌竞争力。

本书配有相应教学课件，教师填写并反馈书后的“教师反馈及课件申请表”，即可获取相应教学资料。

<<品牌营销>>

作者简介

黄静，女，管理学博士，教授，博士生导师，武汉大学经济与管理学院市场营销与旅游管理系副主任。
中国高校市场学会常务理事、湖北省市场营销学会常务理事、中国市场学会理事，《营销科学学报》（JMS）编委。
曾赴加拿大拉瓦尔大学（Laval University）、法国马恩河谷大学、

<<品牌营销>>

书籍目录

第一篇 总论 第一章 品牌概论 第一节 品牌的内涵 第二节 品牌的魅力 第三节 品牌外延的扩大 课后案例 招商银行“金葵花卡”的魅力 第二篇 产品品牌营销 第二章 品牌定位 第一节 品牌定位概述 第二节 品牌定位策略 第三节 品牌定位决策步骤 课后案例 红罐王老吉品牌重新定位 第三章 品牌设计 第一节 品牌名称设计 第二节 品牌标志设计 课后案例 阵前变换大王旗 英特尔发布 全新品牌标志 第四章 品牌个性 第一节 品牌个性的定义 第二节 品牌个性的特征与价值 第三节 品牌个性的维度 第四节 品牌个性的塑造 课后案例 哈雷—戴维森：品牌个性造就的经典 第五章 品牌形象 第一节 品牌形象概述 第二节 品牌形象的构成 第三节 品牌形象的塑造 课后案例 劳斯莱斯 手工打造的经典品牌 第六章 品牌传播 第一节 品牌传播的内涵 第二节 品牌传播过程 第三节 有效的品牌传播 第四节 品牌整合营销传播 课后案例 可口可乐，分享奥运 第七章 品牌危机管理 第一节 品牌危机概述 第二节 品牌危机管理 课后案例 芝华士品牌涉嫌“勾兑”危机 第八章 品牌更新 第一节 品牌更新动因 第二节 品牌更新优势及影响因素 第三节 品牌更新策略 第四节 品牌更新管理 课后案例 花旗集团更换品牌标志 第三篇 品牌系统管理 第九章 品牌系统策略 第一节 单一品牌策略 第二节 多品牌策略 第三节 主副品牌策略 第四节 联合品牌策略 课后案例 班尼路：多品牌“圈地” 第十章 品牌延伸 第一节 品牌延伸…… 第十一章 品牌系统管理组织 第四篇 品牌资产管理 第十二章 品牌资产概述 第十三章 管理品牌资产 第五篇 品牌营销专题 第十四章 网络品牌 第十五章 品牌全球化 第十六章 品牌关系管理 第十七章 原产地形象与品牌竞争力参考文献

<<品牌营销>>

章节摘录

第一篇 总论 第一章 品牌概论 如果可口可乐公司在全世界的所有工厂一夜之间化为灰烬，那么，可以肯定地说，大银行会争先恐后地向公司提供贷款，因为可口可乐这块牌子放在任何一家公司的头上，都会财源滚滚。

——可口可乐公司总裁伍德拉夫 本章主要阐述以下几个问题：
· 品牌是什么 · 品牌的魅力是什么 · 品牌化的载体有哪些 第一节 品牌的内涵 一、品牌是什么 从品牌营销的实践来看，品牌的出现可追溯到19世纪早期，酿酒商为了突出自己的产品，在盛威士忌的木桶上打出区别性的标志，品牌概念的雏形由此而形成。

可见品牌最初是为了帮助消费者识别不同的产品生产者而产生的。

美国市场营销学会（AMA）对品牌的定义是：品牌是一种名称、术语、标记、符号或设计，或是它们的组合运用，其目的是借以辨认某个销售者，或某群销售者的产品及服务，并使之与竞争对手的产品和服务区别开来。

该定义从生产者视角强调品牌是一种产品区别于其他产品的标志，并告诉我们，从生产者的角度创造一个品牌主要包括品牌名称、标志、包装设计等品牌元素，在这些品牌元素的设计和制造中要更多地考虑竞争导向，即与对手的产品区别开来。

显然，生产者视角的品牌制造重点在于强调构成品牌的外在元素。

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>