

<<品牌管理>>

图书基本信息

书名：<<品牌管理>>

13位ISBN编号：9787302242116

10位ISBN编号：7302242119

出版时间：2011-1

出版时间：清华大学出版社

作者：庞守林

页数：258

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>

<<品牌管理>>

内容概要

本书分为品牌培育和品牌运营两方面的内容。

品牌培育部分包括：品牌的概念、特征、核心价值以及管理模式，品牌设计的原则和方法，品牌决策与品牌结构，品牌定位和品牌延伸的理论、方法和策略，国内外品牌个性的内容和特征及个性打造思路，品牌整合传播的途径和策略。

品牌运营部分包括：品牌的经营维护、法律维护和应对品牌危机的思路、策略，品牌联合、品牌授权和品牌在资本市场的运营模式，建立品牌的知名度、美誉度、品质认知、品牌联想和提升品牌忠诚度的思路和方法，评估品牌资产的方法和模型，品牌国际化与本土化的有效途径。

本书适合作为高等学校经济管理类本科生和研究生(包括MBA)教材或参考教材，也适合工商企业的管理层阅读和参考。

<<品牌管理>>

书籍目录

第一章 品牌概论 第一节 品牌的概念与核心价值 一、品牌的定义 二、品牌的核心价值 第二节 品牌的概念辨析 一、品牌与产品 二、品牌与商标 三、品牌与品类 第三节 品牌的意义 一、品牌对国家的意义 二、品牌对企业的意义 三、品牌对消费者的意义 本章小结 复习思考题 案例分析第二章 品牌管理模式 第一节 品牌管理的内涵 一、品牌管理的定义 二、品牌管理内容与流程 第二节 品牌管理的组织形式 一、业主负责制 二、职能管理制 三、品牌经理制 四、品类经理制第三章 品牌命名与设计第四章 品牌化决策第五章 品牌定位第六章 品牌个性第七章 整合品牌传播第八章 品牌延伸第九章 品牌运营第十章 品牌资产第十一章 品牌资产评估第十二章 品牌维护第十三章 品牌危机管理第十四章 品牌国际化参考文献

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>