<<声音品牌化>>

图书基本信息

书名:<<声音品牌化>>

13位ISBN编号:9787509614525

10位ISBN编号:750961452X

出版时间:2011-8

出版时间:经济管理出版社

作者:丹尼尔·M.杰克逊

页数:149

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

<<声音品牌化>>

内容概要

本书充满了观点。

在品牌化和声音品牌化这样年轻的产业中,定量分析处于发展初期,是很难成功定义的,不过任何事情开始都是这样的,品牌化是个新兴的产业,尽管它借用了人类几千年的经验及许多原则和信念,但这个产业投身于品牌的创造和管理,严格说来,仅50年或者也就是50来年的样子。

<<声音品牌化>>

书籍目录

术语表

序言 前言 第一部分 什么是声音品牌化 第一章 时机来临 第二章 广告诗的发展历程 第三章 电影给我们的启示 第四章 声音是什么 声音的科学性 第五章 第六章 声音的三种元素 第二部分 品牌的特征 第七章 历史观点 第八章 品牌和它的符号 第九章 麦当劳品牌 第十章 品牌的本质是信念 第十一章 把信念转换成品牌 第十二章 信念的产生——曾被讲述的最好的故事 第十三章 信念能成为品牌 第十四章 品牌的定义 第十五章 品牌化 第三部分 我们是如何做的 第十六章 声音品牌的动力 第十七章 品牌概要 第十八章 创造性的学习 第十九章 品牌情绪板 第二十章 品牌特性 第二十一章 声音语言 第二十二章 声音指导方针 第二十三章 声音标识语 第二十四章 技术因素 第二十五章 品牌体验 附录:对话

<<声音品牌化>>

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