

<<品牌管理>>

图书基本信息

书名：<<品牌管理>>

13位ISBN编号：9787563525911

10位ISBN编号：7563525912

出版时间：2011-3-1

出版时间：北京邮电大学出版社

作者：吕瑛

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

越来越多的实践与理论研究表明，在众多影响品牌管理的因素中，顾客是其中最为重要的因素，甚至贯穿品牌管理的始终。

品牌管理本身涵盖很多内容，如品牌定位、品牌个性、品牌发展、品牌危机、品牌激活、品牌资产等，本书尝试从顾客视角来阐释品牌管理。

为此，本书按照品牌基础—品牌定位—品牌维护—品牌资产—品牌新领域五个篇章的思路，对品牌管理进行系统阐述。

同时，为了教学需要，本书每章后配有相应案例，使读者能够更多地了解实践中的品牌发展和品牌管理。

本书可作为高等院校经济管理类的专业课程和通识课程的教材，也可作为品牌管理研究人员和企业品牌管理人员的参考用书。

<<品牌管理>>

书籍目录

第1篇 品牌基础

第1章 品牌概述

1.1 品牌的历史

1.2 品牌内涵

1.3 品牌理论概述

参考文献

第2章 品牌管理概述

2.1 品牌管理架构

2.2 基于顾客的品牌管理

2.3 中国企业品牌管理现状及误区

参考文献

第2篇 品牌定位

第3章 品牌识别及品牌符号

3.1 品牌识别

3.2 品牌符号

3.3 品牌个性

3.4 品牌体验

参考文献

第4章 品牌定位

4.1 品牌定位概述

4.2 品牌定位过程

4.3 品牌定位策略

参考文献

第3篇 品牌维护

第5章 品牌成长

5.1 品牌生命周期理论

5.2 品牌创建

5.3 品牌成长

5.4 品牌成熟

5.5 品牌后成熟

参考文献

第6章 品牌发展

6.1 品牌发展战略理论研究概述

6.2 单一品牌策略

6.3 多品牌策略

6.4 品牌组合战略

6.5 品牌整合营销传播策略

参考文献

第7章 品牌延伸

7.1 品牌延伸概述

7.2 品牌延伸原则与步骤

7.3 品牌延伸的陷阱

参考文献

第8章 品牌危机管理

8.1 品牌危机产生

<<品牌管理>>

8.2 品牌危机演化

8.3 品牌危机管理

参考文献

第4篇 品牌资产

第9章 品牌资产概述

9.1 品牌资产主要理论

9.2 基于顾客的品牌资产

9.3 品牌资产创建

9.4 品牌资产评估

参考文献

第10章 品牌资产提升和维系

10.1 长期品牌管理

10.2 品牌国际化

10.3 品牌资产保护

参考文献

第5篇 品牌新领域

第11章 品牌新领域

11.1 服务品牌

11.2 雇主品牌

11.3 网络品牌

11.4 个人品牌

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>