

<<品牌管理>>

图书基本信息

书名：<<品牌管理>>

13位ISBN编号：9787300139142

10位ISBN编号：7300139140

出版时间：2011-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：崔校宁 编

页数：296

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

崔校宁编著的《品牌管理(全国高等教育自学考试中小企业经营管理专业指定教材)》系统全面的介绍了企业品牌管理和质量管理相关知识，本书实用性强，适用面广，涵盖了中小企业管理诸多方面。无论是处于创业、成长、成熟等不同阶段的中小企业经理人，还是处在不同管理岗位的中小企业经营管理者，都能通过本套教材全面系统地学习，掌握现代中小企业经营管理的基础知识和基本技能，具备管理不同发展阶段企业的能力和素质。

<<品牌管理>>

书籍目录

- 第1章 品牌管理概论
 - 1.1 品牌
 - 1.2 品牌资产
 - 1.3 品牌战略
- 第2章 品牌定位
 - 2.1 品牌定位原则
 - 2.2 品牌定位基点
 - 2.3 品牌定位方法
 - 2.4 品牌定位技术
 - 2.5 品牌再定位
- 第3章 品牌识别
 - 3.1 品牌识别——名称要素
 - 3.2 品牌识别——标志要素
 - 3.3 品牌识别——包装要素
 - 3.4 品牌识别——标语要素
 - 3.5 品牌识别其他要素
 - 3.6 品牌识别误区
- 第4章 品牌传播
 - 4.1 品牌传播过程与层次
 - 4.2 品牌传播战略取向
 - 4.3 品牌传播整合方略
 - 4.4 品牌传播资源控制
 - 4.5 品牌传播接触点管理
- 第5章 品牌营销推广
 - 5.1 品牌营销推广的基础
 - 5.2 品牌营销推广方法
 - 5.3 品牌营销整合推广
- 第6章 品牌联想
 - 6.1 品牌联想与次级品牌联想
 - 6.2 次级品牌联想实现途径
- 第7章 品牌延伸
 - 7.1 品牌延伸类型
 - 7.2 品牌延伸条件与原则
 - 7.3 品牌延伸决策步骤
 - 7.4 品牌延伸基本策略
 - 7.5 品牌延伸优劣势分析
 - 7.6 品牌延伸风险及规避方法
- 第8章 长期品牌管理
 - 8.1 品牌强化
 - 8.2 品牌再造
 - 8.3 品牌退出
- 第9章 品牌资产评估
 - 9.1 品牌评估的重要性
 - 9.2 品牌资产评估体系
 - 9.3 品牌资产评估方法

<<品牌管理>>

第10章 品牌保护

- 10.1 品牌主权保护
- 10.2 品牌名称保护
- 10.3 品牌广告语保护

第11章 品牌危机管理

- 11.1 品牌危机的特征及成因
- 11.2 品牌危机管理原则
- 11.3 品牌危机防范
- 11.4 品牌危机处理

后记

附 品牌管理考试大纲

- I. 课程性质与课程目标
 - . 能力目标与实施要求
 - . 考试内容与考核标准

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>