第一图书网, tushu007.com

<<品牌管理>>

图书基本信息

书名：<<品牌管理>>

13位ISBN编号：9787300159041

10位ISBN编号：7300159044

出版时间：2012-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：张平淡 编

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

内容概要

《通用管理系列教材·市场营销：品牌管理》遵循品牌管理的一般流程，即从品牌规划、品牌传播、品牌提升、品牌评估等出发，全面而系统地介绍品牌管理的内容、方法、步骤及实践，并介绍品牌管理相关研究现状及最新进展。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

张平淡，北京师范大学经济与工商管理学院副教授，MBA中心主任。
长期从事战略与营销、环境政策与管理领域方面的研究。

<<品牌管理>>

书籍目录

第1篇 品牌管理的基础第1章 认识品牌第1节 品牌认识的发展过程第2节 三维品牌模型第3节 品牌与商标、商号第2章 品牌管理概述第1节 品牌管理的策略第2节 品牌管理的内容第3节 品牌管理的流程第4节 品牌管理的组织第3章 品牌研究第1节 品牌形象理论第2节 品牌定位理论第3节 品牌资产理论第4节 品牌传播理论第5节 品牌关系理论第6节 品牌生态理论第2篇 品牌规划第4章 消费行为、心理与品牌第1节 品牌与消费心理第2节 品牌与消费行为第3节 品牌与文化第4节 品牌认知第5节 品牌形象第6节 品牌忠诚第5章 品牌战略和品牌组合第1节 企业战略与品牌第2节 营销策略与品牌第3节 品牌与新产品第4节 品牌驱动与品牌架构第5节 品牌战略第6节 品牌组合和管理第6章 品牌识别和品牌符号第1节 品牌识别模型第2节 品牌命名第3节 品牌口号第4节 品牌设计第5节 品牌故事第3篇 品牌传播第7章 品牌定位第1节 品牌定位理论第2节 品牌定位方法第4节 品牌再定位第8章 品牌体验第1节 体验经济与体验营销第2节 品牌的体验过程第3节 品牌体验设计第9章 整合品牌传播第1节 整合品牌传播概述第2节 品牌的大众传播第3节 品牌的口碑传播第4节 品牌的鼠碑传播第5节 营销活动与品牌传播第4篇 品牌提升第10章 品牌延伸与授权第1节 品牌延伸第2节 品牌授权第3节 品牌扩展第4节 品牌创新第11章 品牌国际化第1节 全球化品牌第2节 品牌的国际化第3节 全球化品牌在中国第4节 中国品牌的国际化第5篇 品牌评估第12章 品牌资产与品牌价值第1节 品牌资产理论研究第2节 品牌价值的评估第3节 提升品牌资产第4节 品牌资产的管理者第13章 品牌维护与保护第1节 品牌维护第2节 品牌的危机管理第3节 品牌保护与商标保护第4节 品牌保护的实践第14章 不同类型的品牌管理实践第1节 服务品牌的建设与管理第2节 高科技产品品牌的建设与管理第3节 在线消费者品牌的建设与管理第4节 奢侈品品牌的建设与管理第5节 零售商自有品牌的建设与管理第6篇 品牌管理的实践第15章 雇主品牌与企业家个人品牌第1节 企业形象与品牌第2节 雇主品牌与企业声誉第3节 个人品牌与企业家个人品牌第16章 公共性品牌第1节 国家品牌第2节 城市品牌第3节 行业品牌与产业集群品牌第4节 NPO的品牌参考文献

第一图书网, tushu007.com

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