

<<品牌文化>>

图书基本信息

书名：<<品牌文化>>

13位ISBN编号：9787306024725

10位ISBN编号：7306024728

出版时间：2005-10

出版时间：中山大学出版社

作者：乔春洋

页数：182

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>

<<品牌文化>>

内容概要

品牌是文化的载体，文化是品牌的灵魂，品牌与文化历来有一种情缘关系品牌文化意味着品牌的竞争优势，意味着品牌的超凡魅力。

《品牌文化》在国内首次界定了“品牌文化”的理论体系，具有一定的理论价值和实践价值。

<<品牌文化>>

作者简介

乔春洋，男，1966年生于河南唐河。

1989年毕业于河南大学中文系。

现任广州市 驰广告策划有限公司总经理、广州英捷文化传播有限公司品牌总监、广州伯乃斯公关顾问机构品牌顾问。

近年置身于珠三角经济发展大潮中，积极关注中国的品牌事业，对品牌战略作了比较系统的研究

<<品牌文化>>

书籍目录

第一章 文化 一、“文化”探义 二、文化的层次 三、文化的分类 四、文化的特性 五、文化模式 六、文化圈 七、文化生态 八、文化与管理 九、文化资源与文化产业化第二章 品牌文化概述 一、品牌文化的内涵与意义 二、品牌文化的特性 三、品牌文化的功能 四、品牌文化与企业文化 五、品牌文化的发展趋势第三章 品牌物质文化 一、品牌物质文化概说 二、产业文化 三、包装文化 四、名称文化与标志文化 五、物质环境文化第四章 品牌精神文化 一、品牌精神文化概说 二、价值观 三、人本管理 四、团队和团队文化 五、品牌伦理 六、品牌情感 七、激励 八、人才 九、企业家第五章 品牌传播文化 一、危机公关——品牌文化建设的机遇 二、广告文化的历史与内涵 三、广告文化的特征 四、广告文化的传播第六章 品牌营销文化 一、营销中的文化因素 二、营销文化 三、文化营销第七章 品牌文化与环境 一、品牌文化与外在环境 二、品牌文化与内在环境第八章 品牌文化与经营绩效第九章 品牌文化建设第十章 品牌文化的变革与创新第十一章 品牌形象第十二章 品牌文化评估第十三章 不同国度和民族的品牌文化参考文献

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>