

<<名牌在传播中诞生/名牌丛书>>

图书基本信息

书名：<<名牌在传播中诞生/名牌丛书>>

13位ISBN编号：9787307028296

10位ISBN编号：7307028298

出版时间：1999-11

出版时间：武汉大学出版社

作者：赵军

页数：280

字数：233000

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>

<<名牌在传播中诞生/名牌丛书>>

内容概要

人们说农业社会竞争土地，工业社会竞争机器，而信息社会竞争名牌。此话虽显偏颇却又不无道理。

名牌的确是跨世纪中国最为热门的话题之一。

中国的改革开放至今，不过二十多年的历史，但市场格局却发生了翻天覆地的变化，人们从注重价格到注重质量，再到注重品牌，是一种消费心里的飞跃，也是市场格局走向名牌瓜分市场，走向自群雄逐鹿，终为几足鼎立的成熟表现。

今天中国的话多人都对国际名牌事业提供了广阔的空间。

我们希望之套丛书能使研究者受到启迪，实务者找到方向，通过多点透视的办法，将名牌的研究推进一步。

<<名牌在传播中诞生/名牌丛书>>

作者简介

赵军，硕士，1962年生于北京，现任教于河北师范大学管理学院。
1989年起致力于中国企业人市场的研究，主要领域有：企业战略管理、公司再造、市场拓展和媒体开发等，已发表相关论（译）文几十篇，并兼任中国三利集团、德州扒鸡集团等十几家知名企业的顾问。

<<名牌在传播中诞生/名牌丛书>>

书籍目录

1 名不虚传：名牌与现代传播 1.1 名牌战略：中国企业挑战未来的抉择 科技——管理——市场 中国企业有什么，没什么 唱响中华牌 1.2 古才的传播：现代人的依托 人之为人 从“马上”时代到“网上”时代 远离真实的人们 1.3 名牌拉着传媒的手，且喜肯优往前走 中国企业惊险一跳的两个模式 难舍的情结 猴子变人的艰难历程 2 人际传播：品牌忠诚的培养 2.1 消费老汉偏好的力量 离不开油盐酱醋 肯德基——吃文化 永恒的市场法则 2.2 信则录，不信则无 眼见为实 同消费者心灵的对话 小鸭集团的规范用语 3 大众传播：名牌的提升 3.1 名牌扩张的放大器 速度快：一夜成名 范围广：名扬四海 品牌扩张的三步曲 3.2 名牌攀升的助推器 融入社会文化的企业文化 给予地位，增予商誉 海纳百川，资源共享 3.3 名牌保护的灭火器 凡宣传未必皆好事 民心可顺不可违 警惕那潜藏的暗礁 4 广告传播：名牌的支撑 4.1 “回款才是硬道理” 标王之争为哪般 玉兰油上门大派送 定们准确等于成功 4.2 竞争与合作：双赢策略 竞争：发展的好时机 5 整合传播：名牌的延续 6 传播媒介的开发：名牌活力之源

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>