

<<解剖日本强势汽车品牌>>

图书基本信息

书名：<<解剖日本强势汽车品牌>>

13位ISBN编号：9787313041807

10位ISBN编号：7313041802

出版时间：2006-4

出版时间：上海交通大学出版社

作者：薛可

页数：384

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>

<<解剖日本强势汽车品牌>>

内容概要

本书系统研究了日本丰田、本田、日产三大强势汽车品牌的历史发展轨迹、品牌形象定位、品质保障、广告传播与公关表现，并对三大强势品牌进行了全方位的比较分析，在此基础上，提炼出日本强势汽车品牌发展的十大启示，并以此作为借鉴，来进行中国汽车品牌发展的思考。这样的内容构成、思考角度在中国同类研究中尚属首次。

本书作者是中国最早以品牌研究作为博士研究和博士后研究的学者之一，曾出版个人专著《文化：名牌之根》（武汉大学出版社，1999）和《品牌扩张：延伸与创新》（北京大学出版社，2004）等多部。

并于2003~2004年赴日本进行汽车品牌的专题研究，取得了大量翔实、生动、鲜活的材料，使本书颇具资料性、可读性和深刻性。

本书适读人群：汽车企业的董事长、总裁、战略与品牌传播方面的高级管理人员及专业人士；政府主管汽车产业的领导；咨询、广告、公关类公司中从事汽车创业服务的人员；媒体中主管汽车板块的记者与编辑；有关品牌、广告、公关、营销、传播、汽车等专业的研究生、本科生与教师；有志于从事品牌与汽车经营方面工作的人士；汽车爱好者；品牌爱好者。

<<解剖日本强势汽车品牌>>

书籍目录

绪论第一章 三强争雄格局中日本汽车品牌的地位 第一节 美国：汽车世界的霸主 1.通用汽车：王者风范 个案分析：别克标志的历史演变 2.福特汽车：缔造者 个案分析：声势浩大的百年庆典 第二节 欧洲：汽车世界的贵族 1.戴姆勒?克莱斯勒：百年经典 个案分析：独具匠心的奔驰轿车广告 2.宝马汽车：气度不凡 个案分析：宝马驰骋ASIA 3.标致?雪铁龙与雷诺：奋起直追 第三节 日本：汽车世界的新宠... 1.稳步发展的五十铃 个案分析：五十铃的品牌基础——企业理念 2.三菱汽车：后来居上 第四节 世界汽车市场中三强的格局及风格比较 1.世界汽车市场的格局 2.世界汽车市场中日本汽车的风格第二章 日本强势汽车品牌的发展轨迹 第一节 日本强势汽车品牌的评估与地位 第二节 丰田：日本汽车的领跑者 1.事业的起步 2.危机的遭遇 3.创伤的恢复 4.生产的展开 5.发展的飞越 6.高速的迈进 第三节 本田：日本汽车神话的缩影 1.“本田梦想”的开始 2.“本田王国”的建立 3.“本田神话”的塑造 第四节 日产：日本汽车技术的代表 1.快步领先的创业期 2.高速发展的壮年期 3.再创奇迹的复合期第三章 日本强势汽车品牌的形象定位 第一节 理念决定道路 1.丰田的理念分析 2.本田的理念分析 3.日产的理念分析 4.三大品牌的理念特色分析 第二节 优势支撑企业 1.丰田：销售为本 个案分析：丰田的“销售之战” 2.本田：创新显著 3.日产：技术见长 4.三大品牌核心竞争力解读 第三节 创新赢得市场 1.“企业好市民”的丰田 2.全球化的本田 个案分析：美国本田的成长之路 3.“凤凰涅槃”的日产 4.三大品牌创新的内在轨迹第四章 日本强势汽车品牌的品质保障 第一节 管理：发展之源 1.丰田的“三河商法” 第二节 技术：领先之本 第三节 质量：增长之源第五章 日本强势汽车品牌的广告传播 第一节 功能诉求：给我“坚强”的理由 第二节 情感沟通：汽车是人的心灵伴侣 第三节 风格差异：我喜欢，我选择第六章 日本强势汽车品牌的公关表现 第一节 卓有成效的团队建设 第二节 魅力十足的社会活动第七章 日本强势汽车品牌比较与理论分析 第一节 日本三大强势汽车品牌比较概论 第二节 技术——动力强劲的企业“发动机” 第三节 管理——承载企业发展的“车轮” 第四节 营销传播——展现企业实力的“车身” 第五节 战略——企业前行的“方向盘”第八章 日本强势汽车品牌的启示 第一节 日本强势汽车品牌发展的十大启示 第二节 日本强势汽车品牌发展模式给中国汽车业的借鉴跋：审视日本强势汽车品牌之后的感言参考文献

<<解剖日本强势汽车品牌>>

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>