

<<企业最优形象定位>>

图书基本信息

书名：<<企业最优形象定位>>

13位ISBN编号：9787501754489

10位ISBN编号：7501754489

出版时间：1996-12

出版时间：中国经济出版社

作者：吴岩

页数：321

字数：270000

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>

<<企业最优形象定位>>

内容概要

本套丛书的特点是切合实务、富于实战、极其实用，针对战略管理、企业形象塑造、市场定位和品牌建设、经营变革和转型，结合实务案例和前沿理论，尽可能具体而详细地解说各种经营策略。这套书给你一个全新的思路和务实的行动框架，更重要的是，它也许会丰富你的“知识结构”让你用更前瞻、更宽广的视角去审视“定位”的问题。

<<企业最优形象定位>>

书籍目录

丛书前言第一章 企业形象：从单边治理到多边治理第二章 企业形象测定：定位的起点第三章 企业形象导入实务第四章 企业文化定位：形象的内核第五章 企业形象的整合传播工程第六章 关系营销——形象炼金第七章 企业形象公关传播第八章 危机中的企业形象管理第九章 媒体管理：制造企业形象的机器第十章 大社会形象定位

<<企业最优形象定位>>

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>