

<<声音品牌化>>

图书基本信息

书名：<<声音品牌化>>

13位ISBN编号：9787509614525

10位ISBN编号：750961452X

出版时间：2011-8

出版时间：经济管理出版社

作者：丹尼尔·M.杰克逊

页数：149

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>

<<声音品牌化>>

内容概要

本书充满了观点。
在品牌化和声音品牌化这样年轻的产业中，定量分析处于发展初期，是很难成功定义的，不过任何事情开始都是这样的，品牌化是个新兴的产业，尽管它借用了人类几千年的经验及许多原则和信念，但这个产业投身于品牌的创造和管理，严格说来，仅50年或者也就是50来年的样子。

<<声音品牌化>>

书籍目录

| | |
|-------|-------------------|
| 序言 | |
| 前言 | |
| 第一部分 | 什么是声音品牌化 |
| 第一章 | 时机来临 |
| 第二章 | 广告诗的发展历程 |
| 第三章 | 电影给我们的启示 |
| 第四章 | 声音是什么 |
| 第五章 | 声音的科学性 |
| 第六章 | 声音的三种元素 |
| 第二部分 | 品牌的特征 |
| 第七章 | 历史观点 |
| 第八章 | 品牌和它的符号 |
| 第九章 | 麦当劳品牌 |
| 第十章 | 品牌的本质是信念 |
| 第十一章 | 把信念转换成品牌 |
| 第十二章 | 信念的产生——曾被讲述的最好的故事 |
| 第十三章 | 信念能成为品牌 |
| 第十四章 | 品牌的定义 |
| 第十五章 | 品牌化 |
| 第三部分 | 我们是如何做的 |
| 第十六章 | 声音品牌的动力 |
| 第十七章 | 品牌概要 |
| 第十八章 | 创造性的学习 |
| 第十九章 | 品牌情绪板 |
| 第二十章 | 品牌特性 |
| 第二十一章 | 声音语言 |
| 第二十二章 | 声音指导方针 |
| 第二十三章 | 声音标识语 |
| 第二十四章 | 技术因素 |
| 第二十五章 | 品牌体验 |
| 附录：对话 | |
| 术语表 | |

<<声音品牌化>>

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>