

<<全球顶级企业通用的8种营销管理方法>>

图书基本信息

书名：<<全球顶级企业通用的8种营销管理方法>>

13位ISBN编号：9787801457776

10位ISBN编号：7801457773

出版时间：2003-9

出版时间：光明日报出版社

作者：宿春礼 H.Fred(美)

页数：273

字数：260000

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>

<<全球顶级企业通用的8种营销管理方法>>

内容概要

本书将全球顶级企业品牌管理的理论分析与典型案例有机地结合起来，从而做到理论联系实际。这是本书的一个显著特色。

理论分析给读者以思考，案例介绍给读者以启迪。

同时，这样的结合也不会使读者阅读起来感到乏味。

对于每一位管理者而言，学习顶级的品牌管理艺术，是提高企业管理水平的有效途径。

本书是商界品牌管理智慧的荟萃，相信本书能给读者提供新的独特的方法，并成为确保品牌成功的新工具。

<<全球顶级企业通用的8种营销管理方法>>

书籍目录

第一章 全程品牌管理 第一节 企业需要品牌管理 第二节 品牌定位管理 第三节 全程品牌管理的核心——品牌质量管理 第四节 品牌服务管理第二章 多向品牌延伸 第一节 多向品牌延伸体现品牌价值 第二节 多向品牌延伸的空间 第三节 多向品牌延伸的运作 第四节 多向品牌延伸的风险第三章 多层次品牌保护 第一节 关于多层次品牌保护 第二节 多层次品牌保护的核心——商标保护 第三节 品牌危机预控 第四节 多层次品牌保护的误区第四章 多维品牌创新 第一节 关于多维品牌创新 第二节 品牌定位创新 第三节 品牌形象创新 第四节 品牌的技术创新和产品创新第五章 全球性品牌创建 第一节 全球性品牌概述 第二节 全球性品牌创建 第三节 全球性品牌创建要项第六章 区域差异性品牌管理 第一节 区域差异性品牌管理概述 第二节 品牌广告的区域差异化 第三节 产品的区域差异化 第四节 顶级企业区域差异性品牌管理实务第七章 多元化品牌群 第一节 认识多元化品牌群 第二节 多元化品牌群创建 第三节 建立于品牌第八章 品牌联盟 第一节 品牌联盟概述 第二节 品牌联盟的建立 第三节 品牌联盟的延伸——特许经营第九章 在线品牌提升 第一节 在线品牌提升的魔方——网络 第二节 建立在线品牌提升的平台——网络 第三节 如何利用网络提升品牌 第四节 在线品牌提升的网络域名保护第十章 个性化品牌文化塑造 第一节 个性化品牌文化述要 第二节 如何塑造个性化品牌文化 第三节 席卷全球的麦当劳文化附录2002年度全球最有价值品牌 商标注册条约

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>