

<<麦肯的方法>>

图书基本信息

书名：<<麦肯的方法>>

13位ISBN编号：9787806771785

10位ISBN编号：7806771786

出版时间：2002-4-1

出版时间：广东经济出版社

作者：朱海松

页数：208

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>

## <<麦肯的方法>>

### 内容概要

本书所讨论的是品牌策划的方法。

这里讨论的品牌策划方法，主要是从传播的角度即广告的视角来讨论的，而并不完全是从营销出发的。

关于品牌方面的论述，本书试图在麦肯的方法基础上，从美学的观点，特别是李泽厚先生关于“自然的人化”的美学观点，来探讨关于品牌的思考方式。

## <<麦肯的方法>>

### 作者简介

朱海松，全国优秀畅销书作者，知名广告人。  
长期从事电视传媒，广告，营销及出版等流行文化传播领域的工作，积累了丰富的实践经验。  
近年来其与国内资深的优秀广告人，秉承本土，专业，实用的原则，以敏锐的洞察和宽广的视野为众多一线的广告营销从业人员创作了一批优秀的实用类专业畅销书，为构筑中国广告理论的基本架构，提升中国广告行业的专业地位起到了积极的促进作用。

## <<麦肯的方法>>

### 书籍目录

一 前言

二 品牌

1 品牌的本质

2 品牌的形式

.....

三 品牌印迹

1 品牌的意义

2 品牌的个性

四 销售策略

1 品牌位置

2 品牌目标

.....

五 多品牌整合

1 品牌整合

2 品牌的模式

六 案例分析

案例一 纳爱斯珍珠营养香皂销售策略

.....

后记

## <<麦肯的方法>>

### 编辑推荐

方法比知识重要。  
世界品牌应是每个民族品牌的发展目标，只有体现出民族品牌的世界性，才能突出世界品牌当中的品牌民族性。

<<麦肯的方法>>

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>