

<<品牌的哲学>>

图书基本信息

<<品牌的哲学>>

内容概要

本书介绍了有史以来西方最伟大的思想家对品牌的看法，这些思想家是：赫拉克利特、苏格拉底、柏拉图、亚里士多德、笛卡儿、斯宾诺莎、莱布尼茨、洛克、罗素、康德、黑格尔、尼采、维特根斯坦、波普尔.....

品牌是不确定的世界中的航标，品牌的发展就是在变化的海洋中创造稳定性和一贯性。

品牌的本质不是一系列的观点或主观的东西，而是由其功用来表示的。

在管理品牌的时候，首先需要的是保持它们和当今世界的协调。

作为人的“本性”，品牌是关于感觉和情感的，一部宝马上“写”满了人们对它的期望.....本书追根溯源，剖析了品牌这一概念是怎样从古代一步一步地发展到今天的。

在此过程中，本书还对动机、情感、感觉、思想、价值等与品牌有关的话题进行了深入浅出的探讨。

本书文笔优美，观点鲜明，见解精辟，发人深省。

对于每位大思想家的理论，作者都给出了丰富的案例和精辟的理论补充。

相信这本机智幽默的小书能引起广大营销人员和品牌专家们的共鸣。

<<品牌的哲学>>

书籍目录

序言

第一部分 对我来说全是希腊

第一章 赫拉克利特：我们开始的地方

第二章 苏格拉底：提问的艺术

第三章 柏拉图：透过表面看下去

第四章 亚里士多德：结构的重要性

第二部分 我思考，故我推销品牌

.....

第三部分 深入真相

.....

第四部分 寻找确定性

.....

高见的回顾

<<品牌的哲学>>

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>