

图书基本信息

书名：<<市场营销系列-塑造强势品牌-品牌执行力八段VCD>>

13位ISBN编号：9787887511508

10位ISBN编号：788751150X

出版时间：2006-12-6

出版时间：世图音像电子出版社

作者：本社

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>

## 内容概要

我们拥有十多位专职培训师，他们均是来自世界500强企业：宝洁、可口可乐、索尼、麦当劳、雅芳、葛兰素、惠氏等，任总监及高级培训师等重要职位多年的职业经理人，具有丰富的实际经验和辉煌的工作成绩。

他们均有多年在大型企业担任内部培训师的经历，并具有海内外权威机构认证的相关证书。

我们还有上百位特约及签约讲师，曾工作于国际著名咨询机构或培训机构，担任咨询顾问或培训师多年；亦包括高等院校知名学者、专家，同时还具有多年为企业做管理顾问的经验。

本套DVD主讲王汉武老师是众行管理顾问有限公司签约讲师、美国国际训练协会特聘讲师，中国职业经理培训学院首席营销管理咨询顾问和教授，中国50强培训大师。

曾历任乐百氏、可口可乐、美国百威公司及国内大型民营集团企业销售经理，促销经理及营销副总裁，法国达能集团中国培训经理和高级品牌经理。

王先生具有丰富的实践经验和扎实的理论基础，在全国各地几万人次的培训演讲被学员誉为实战经验和理论系统兼备的王牌讲师。

其培训过的客户包括：TCL、康佳、海尔、联想、搜狐、中国联通、可口可乐、达能、青岛啤酒、喜之郎、太太药业、一汽、华润房产等。

书籍目录

第一讲 品牌的内涵（上）

品牌的内涵

品牌管理的实质

品牌的组成要素

第二讲 品牌的内涵（下）

品牌的效应体系

市场条件及品牌现状

第三讲 打造强势品牌

建立强势品牌

驾驭品牌传播

第四讲 创造品牌无形资产

规划品牌识别

设计品牌符号

累积品牌资产

第五讲 品牌价值最大化

品牌战略规划

建设整体品牌

营造国际品牌

CD-ROM电子版学习辅导与测评手册1张：

课程使用说明

培训需求分析表

PPT讲义

培训一级评估表、二级评估表、三级评估表

小组学习手册

课外阅读材料

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>