

<<品牌管理>>

图书基本信息

书名：<<品牌管理>>

13位ISBN编号：9787040253917

10位ISBN编号：7040253917

出版时间：2008-12

出版时间：高等教育出版社

作者：朱立 编

页数：376

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>

## <<品牌管理>>

### 内容概要

《品牌管理》共十一章，全面讲述了品牌管理的全过程、企业品牌营销的策略及品牌理论的新发展。

第一章、第二章重点讲述品牌定义、品牌定位等基础理论，第三章～第七章系统介绍了品牌管理与品牌营销的内容，第八章～第十章介绍了品牌文化、品牌资产价值及品牌创新等理论，第十一章对品牌理论的新发展进行了介绍。

为了便于教学和提高学生对相关品牌管理问题的理解，每一章后均设有案例。

全书把握品牌理论的最新发展，逻辑严密、概念清晰、理论联系实际。

<<品牌管理>>

作者简介

朱立，管理学博士，清华大学博士后，红塔集团博士后，现为云南财经大学MBA学院教授。先后师从吴健安教授、彭星间教授、赵平教授等我国著名营销权威，主要研究领域为市场营销、品牌战略管理和产业竞争力。近年来，主持和参与省部级等各类项目十多项，出版专著和教材7部，其中“市场营销学课程立体化教材建设”项目2005年获教育部“国家级优秀教学成果二等奖”。

## &lt;&lt;品牌管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 品牌及品牌理论第一节 品牌概述第二节 品牌的功能与作用第三节 品牌理论的发展本章小结第二章 品牌定位与品牌个性第一节 定位与品牌定位第二节 品牌定位过程与定位策略第三节 品牌个性特征第四节 品牌个性塑造本章小结第三章 品牌成长第一节 新品牌建立第二节 品牌生命周期及影响品牌成长的因素第三节 做品牌领导者第四节 品牌追随者本章小结第四章 品牌发展策略第一节 单一品牌策略第二节 品牌延伸策略第三节 多品牌策略第四节 品牌特许经营策略本章小结第五章 品牌整合营销传播第一节 整合营销传播思想第二节 整合营销传播实践第三节 品牌整合营销传播概述第四节 网络时代的品牌营销传播本章小结第六章 品牌维护第一节 品牌管理第二节 商标管理第三节 品牌危机管理第四节 品牌规划管理本章小结第七章 品牌形象塑造第一节 品牌形象的含义、特点与构成第二节 品牌形象力第三节 品牌形象塑造的原则和途径本章小结第八章 品牌文化第一节 品牌文化界定第二节 品牌文化构成第三节 品牌文化：品牌的核心价值第四节 品牌文化的价值效应本章小结第九章 品牌资产价值第一节 品牌忠诚度第二节 品牌知名度第三节 品质认知度第四节 品牌联想第五节 品牌资产价值评估本章小结第十章 品牌创新第一节 品牌创新概述第二节 品牌创新主体第三节 品牌创新策略第四节 品牌创新的控制本章小结第十一章 品牌的新领域第一节 服务品牌第二节 雇主品牌第三节 财务品牌第四节 网上品牌本章小结参考文献

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>