

<<品牌管理>>

图书基本信息

书名：<<品牌管理>>

13位ISBN编号：9787300058412

10位ISBN编号：7300058418

出版时间：2004-10

出版时间：人民大学

作者：北京新华信商业风险管理有限责任公司译校

页数：191

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

本书是哈佛商学院的标志性杂志，创刊于1922年。
作为管理理论与实践方面的权威期刊之一。

《哈佛商业评论》始终致力于发掘和传播工商管理领域中最前沿的思想理论，观点和方法，帮助管理者不断更新理念、开阔视野、适应变化、与时代共进。

《哈佛商业评论》被读者普遍认为是国际管理领域中最权威、最有思想性、最有价值和最为独特的期刊之一。

<<品牌管理>>

作者简介

埃里克·乔基姆塞勒，战略管理顾问公司先知者品牌战略公司董事长，这家公司在旧金山和纽约设有办事处。

弗吉尼亚大学达登工商管理研究生院工商管理访问教授，密歇根大学威廉·戴维森学术研究协会会员。

书籍目录

1 创建企业品牌无须大众媒体——埃里克·乔基姆塞勒 戴维·A·阿克2 品牌与自营商标：努力获胜——约翰·A·奎尔奇 戴维·哈丁3 如何促进一个高档品牌的发展——里贾纳·法齐奥·马鲁卡4 扩张到哪里，就应把品牌带到哪里吗？——戴维·A·阿克5 延伸利润而不是产品线——约翰·A·奎尔奇 戴维·肯克6 产品线延伸的理由——编者7 这个品牌能否被挽救——里贾纳·法齐奥·马鲁卡8 品牌经营的最佳战略——维杰伊·韦斯瓦那斯 乔纳森·马克

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>