

<<非理性缔造>>

图书基本信息

书名：<<非理性缔造>>

13位ISBN编号：9787308032681

10位ISBN编号：730803268X

出版时间：2003-6-1

出版时间：浙江大学出版社

作者：李一峰

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>

<<非理性缔造>>

内容概要

品版榜样。

本书介绍与研究了全球啤酒行业十强，力图反映国际酒精行业强势企业的发展历程。

虽然一本书的篇幅与容量绝不可能记录与归纳整个酒精饮料企业的发展与经验，但是选取有典型意义的品牌运动案例，对于我们企业的借鉴与学术的研究，还是有着较强的现实意义与研究价值。

<<非理性缔造>>

书籍目录

前言

第一篇：王者之路——百威(Budweiser)的品牌战略

第二篇：扩张之路——南非酿酒集团(SAB)的品牌战略

第三篇：曾经激昂——美乐莱特(Miller Lite)的品牌战略

第四篇：清新典雅——喜力(Heineken)的品牌战略

第五篇：文化之路——嘉士伯(Carlsberg) 的品牌战略

第六篇：“乎干啦！

”——麒麟(kirin)的品牌战略

第七篇：蜕变之路——吉尼斯(Guinness)的品牌战略

第八篇：影视明星——Stella Artois的品牌战略

第九篇：光怪陆离——司木露(Smirnoff)的品牌战略

第十篇：艺术珍品——绝对(Absolut)的品牌战略

主要参考文献

跋

<<非理性缔造>>

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>