

<<品牌创新与品牌营销>>

图书基本信息

书名：<<品牌创新与品牌营销>>

13位ISBN编号：9787202028858

10位ISBN编号：7202028859

出版时间：2001-7

出版单位：河北人民出版社

作者：叶明海

页数：162

字数：122000

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>

<<品牌创新与品牌营销>>

内容概要

在知识经济时代，知识创新与技术创新赋予品牌全新的市场价值和战略意义。建造世界名牌成为现代营销活动的首任，更是企业家愈加关注的战略重点。

本书以创新的思维，精辟的理论、翔实的资料，揭示了世界品牌产生的机制。阐述了品牌的概念和价值功能、品牌的创新和定位、品牌的评估和保护等方面的问题，系统地构建了当今企业品牌营销的战略战术。

愿此书可助各位胸怀大志的企业家求得长足发展的一臂之力，并为有志于市场品牌研究的同仁共勉！

<<品牌创新与品牌营销>>

作者简介

叶明海，1961年生。

留学德国，现任同济大学经济与管理学院工商管理系副主任、副教授。

主要从事于工商管理、市场营销和品牌策划等方面教学与研究工作，发表这方面的专著、论文几十篇。

主持了许多企业市场发展和品牌发展的咨询服务工作。

<<品牌创新与品牌营销>>

书籍目录

1.品牌及其概念的发展 1.1 品牌的定义及发展 1.2 国内外品牌的发展与研究2.品牌的价值与功能研究
2.1 品牌价值观念的发展 2.2 品牌的功能3.品牌培育的研究 3.1 品牌命名方式的研究 3.2 品牌标志和包
装的设计 3.3 品牌的建立4.品牌与消费者 4.1 消费者消费观念的发展 4.2 品牌和消费的相关性分析5.品
牌创新 5.1 品牌创新概念的形成 5.2 品牌创新的内涵 5.3 品牌创新的重点6 品牌营销战略 6.1 品牌营销
战略的概念和构成 6.2 品牌营销战略的实施策略 6.3 品牌管理模式——品牌经理制 6.4 品牌营销中的问
题与对策7.品牌价值评估方法研究 7.1 品牌价值评估的理论基础 7.2 品牌价值评估方法综述 7.3 品牌价
值评估的系统方法参考文献

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>