第一图书网, tushu007.com

<<垄断的理由>>

图书基本信息

书名：<<垄断的理由>>

13位ISBN编号：9787308032728

10位ISBN编号：7308032728

出版时间：2003-6-1

出版时间：浙江大学出版社

作者：金小科

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

品牌榜样。

《垄断的理由——国际IT业十大实力品牌发展战略》一书由10个篇章组成，分别述说了IBM（国际商用机械公司）、MICROSOFT（微软）、INTEL（英特尔）、DELL（戴尔）、APPLE（苹果）、HP（惠普）、NOKIA（诺基亚）、MOTOROLA（摩托罗拉）、SONY（索尼）、SAMSUNG（三星）10个实力IT品牌的成长和兴衰，并对个中原因进行了深刻的理论剖析。
透视强势品牌的魅力和光芒，通过十大品牌的纵横对比，详尽地阐述和剖析了十大强势品牌获得成功的历史原因、文化根基、战略特色和理论依据，总结出一些建设国际化IT品牌的成功之道。

第一图书网, tushu007.com

<<垄断的理由>>

书籍目录

前言
第一篇 蓝色巨人的传奇——IBM的品牌塑造和转型战略
第二篇 比尔·盖茨和微软帝国——微软的模式化建设战略
第三篇 十倍速动力的帝国——英特尔的摩尔式战略
第四篇 直销巨人的“简单”理念——戴尔的达尔文式发展战略
第五篇 膜拜特立独行的信仰——苹果的终极个性化战略
第六篇 惠普之道——惠普的企业文化拉动战略
第七篇 人性科技缔造地球支点——诺基亚的品牌人本化战略
第八篇 悲喜演绎传奇品牌——摩托罗拉的品牌战略
第九篇 豚鼠的数码梦想——家尼的IT娱乐化战略
第十篇 最前卫的传统——三星的国际化发展战略
主要参考文献
跋

第一图书网, tushu007.com

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