

<<企业品牌研究>>

图书基本信息

书名：<<企业品牌研究>>

13位ISBN编号：9787501781850

10位ISBN编号：7501781850

出版时间：2007-8

出版时间：中国经济

作者：陈洪涌

页数：360

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>

<<企业品牌研究>>

内容概要

《企业品牌研究》是一部以经济学、市场学、运筹学、传播学、会计学、行为学、心理学等理论要素和实证方法为基础，综合国内外企业品牌的研究成果和作者从业十多年的心得经验，对企业品牌创建、企业品牌策划、企业品牌运作、企业品牌管理及企业品牌资产评估等方面进行理性研究的著作。

《企业品牌研究》结构严谨，系统完整，层层展开，逻辑清晰，深入浅出，全面系统地阐述了企业品牌建设与管理规律和方法。

这势必对我国企业品牌理论的完善和企业品牌战略执行的科学性起到极大促进作用。

《企业品牌研究》较为适合企业品牌经营者、企业品牌咨询策划人员、企业品牌研究人员及大专院校相关专业师生等阅读。

中国几千年博大精深的文化底蕴，形成了悠久的民族传统文化，并以其无形的力量、潜移默化的影响，深深地积淀在我们的民族心理和民族性格中，并影响着人们的行为方式和生活方式。

尽管在中国传统文化中，有着延续了几千年的对社会管理的丰富经验，但以往人们多从政治学、伦理学和哲学的角度加以研究和总结。

对于中国传统文化中的管理哲学（或古代管理思想）的专门研究，无论是在国内还是国外，都是风刚兴起的事。

拥有中国文化资源与如何运用中国文化资源是两个概念，而如何把中国文化资源运用好，才是最为重要的。

有鉴于此，《企业品牌研究》旨在把博大精深的中国传统文化中折射出来的管理智慧，运用于现代企业管理的实践，以利于构建中国管理哲学的框架体系，并对现代企业管理有一定的启发和借鉴意义。

书籍目录

前言第一章企业品牌内涵及类别研究第一节企业品牌的内涵要素第二节企业品牌的关联概念第三节企业品牌特征与运作模型第四节企业品牌的分类第二章企业品牌检测工具及方法研究第一节企业品牌检测与价值第二节企业品牌的检测工具第三节企业品牌经营环境检测第四节企业品牌经营组织检测第五节企业品牌资源要素检测第三章企业品牌战略研究第一节企业品牌战略特征与构成第二节企业品牌战略类别划分第三节企业品牌战略制定常用工具第四章企业品牌建设定位研究第一节企业品牌定位的目的与原则第二节企业品牌定位程序第三节企业品牌定位策略第五章企业品牌个性及文化研究第一节企业品牌个性的相关概念第二节企业品牌个性的特征与价值第三节企业品牌个性与消费者关系第四节企业品牌个性的塑造第五节企业品牌文化的特征与构成第六节企业品牌文化的培育第六章企业品牌形象设计及更新研究第一节企业品牌名称设计第二节企业品牌LOGO设计第三节企业品牌专用字设计第四节企业品牌标准色设计第五节企业品牌辅助要素设计第六节企业品牌形象系统设计第七节企业品牌更新设计第七章企业品牌传播及名人代言研究第一节企业品牌传播过程分析第二节企业品牌的广告传播策略第三节企业品牌的整合营销传播第四节名人代言对企业品牌传播的影响第八章企业品牌管理及产品线延伸研究第一节企业品牌管理的组织模式第二节企业品牌领导模式第三节企业品牌的管理途径第四节企业品牌的危机管理第五节企业品牌产品线延伸的作用第六节企业品牌产品线延伸原则与策略第七节企业品牌产品线延伸模型第八节企业品牌产品线延伸的风险及规避第九章企业品牌竞争力研究第一节企业品牌竞争力的相关概念第二节企业品牌竞争力的假设前提第三节企业品牌竞争力分析第四节企业品牌竞争力的形成与培育第五节企业品牌竞争力的评价方法第十章企业品牌资产构成及评估研究第一节企业品牌资产的构成第二节企业品牌资产的特征第三节企业品牌资产评估的特点第四节企业品牌资产评估方法第五节企业品牌资产评估体系第六节企业品牌资产评估的意义与思考主要参考文献

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>