

<<品牌概论>>

图书基本信息

书名：<<品牌概论>>

13位ISBN编号：9787538163896

10位ISBN编号：7538163891

出版时间：2010-10

出版时间：辽宁科学技术出版社

作者：梅莉莎·戴维斯

页数：240

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>

<<品牌概论>>

内容概要

《品牌概论》探讨了品牌创造的全过程，让设计师们对品牌背后的工作全过程有一个广泛深入的理解，他们能够在品牌化过程中扮演更重要的角色，同时也认识到他们自身的价值，理解品牌化的过程也是品牌的增值过程。

<<品牌概论>>

作者简介

梅莉莎·戴维斯 (Melissa Davis) 在品牌、新闻出版、传播以及人权领域有着15年的经验，并且一直和一些世界上最大的品牌合作，它们包括苹果电脑 (Apple Computer)、壳牌 (Shell)、微软 (Microsoft)、英国电信 (BT)、皇家邮政 (Royal Mail)。

在她的职业生涯中，她为一些杰出的公司提供了传播战略和品牌整合的咨询。她一直在品牌识别项目、品牌命名和综合的传播活动领域工作。

在2000年，梅莉莎为伦敦的数码品牌公司Rufus Leonard建立了文案和内容团队。她拥有公关的背景，曾在1995年为Bite Communication公司建立公关代理机构。她曾在慕尼黑、伦敦和阿姆斯特丹作为一名传播顾问，也曾作为美联社驻印度的记者。

梅莉莎目前以伦敦为基地，是咨询公司Global Impact的合伙人。该公司于2004年由她参与共同创建。梅莉莎致力于该公司的责任和合作关系以及人权问题。

<<品牌概论>>

书籍目录

如何使用这本书前言专业术语第一章 品牌定义概述理论：消费品分析品牌历史品牌定义有效品牌定义品牌为什么重要？
访谈：Wolff Olins第二章 品牌是如何创立的概述理论：SWOT分析理论：关于视觉理论：品牌家族理解品牌化过程品牌创造策略家族品牌品牌创建者品牌形象演化品牌智慧混合访谈1：Chernayeff & Geismargsi访谈2：《国家地理》杂志第三章 品牌剖析：背景、形式、风格概述理论：PEST控制品牌“规则”品牌叙述品牌背景品牌风格品牌格调品牌命名访谈IDEO第四章 品牌受众概述理论：帕累托法则理论：产品市场生命周期理论（PLC）消费者与产品市场生命周期消费者挑战消费者态度赢得消费者消费者沟通公司品牌品牌的内部受众访谈：D&AD第五章 当今的品牌化趋势概述理论：风险与回报流行趋势中的品牌化个性化简约少品牌化更多乐趣更好的服务轻松科技品牌责任感国家品牌化自有品牌个人品牌化访谈1：政府顾问、作家访谈2：流行趋势预测专家第六章 发展品牌体验概述理论：市场营销组合——4“P”s营造品牌体验零售空间与公共空间产品设计产品包装共生品牌的合作关系广告品牌与新技术全球品牌访谈1：飞利浦设计访谈2：苹果电脑第七章 品牌化的工作方式概述理论：品牌方法论工作架构客户关系代理企业内部设计团队结构品牌队伍为什么要做品牌维护？品牌准则访谈1：欧洲耐克访谈2：NITSCH设计股份有限公司第八章 未来概述理论：品牌演进品牌的下一步做什么？
人性因数国际前景角色典范未来平面设计师的角色访谈：潮流趋势顾问附录撰稿人参考文献及网站索引致谢

<<品牌概论>>

章节摘录

版权页：插图：

<<品牌概论>>

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>