第一图书网, tushu007.com

<<中国品牌运营问题报告>>

图书基本信息

书名：<<中国品牌运营问题报告>>

13位ISBN编号：9787800876899

10位ISBN编号：7800876896

出版时间：2004-10-1

出版时间：中国发展出版社

作者：王永龙

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

内容概要

21世纪头20年，是我国面临的最重要的战略机遇期，是我国和平崛起、建设全面小康、实现中华民族伟大复兴最关键的时期。
这一时期，机遇与挑战共存，光明与坎坷同在。
我们面临的许多课题需要研究，我们面临的复杂现状需要正视，我们面临的许多挑战需要应对……面对所有这一切，我们需要宏观的战略、具体的措施。
为此，我们编辑出版了这套"21世纪中国发展问题报告"丛书。
　本丛书所列入的选题，都是我国目前的热点、难点、重点问题，这些问题有宏观的，也有微观的；有理论性较强的，也有偏重实践性的。
面对这些课题，丛书中的每一种都力图全面真实地展示现状，深入细致地分析挑战，积极负责地提出相关的建议和措施，以使读者了解现状，正视挑战，选择相应的对策。

书籍目录

导论 品牌运营：中国企业走向世界的金钥匙 一、中国市场经济的发展促进企业实施品牌运营 二、振兴中国经济就必须创造中国名牌 三、21世纪的世界经济发展迫使中国企业实施品牌运营 四、实施宏观战略谋划是中国品牌走向世界的先决条件第1章 建树品牌意识：奠定中国企业品牌运营的基础 第一节 品牌成为现代经济的重要杠杆 第二节 品牌特征和品牌个性 第三节 现代企业品牌意识的特点、作用和类型 第四节 建树中国企业的品牌运营意识第2章 科学品牌定位：确立中国企业品牌运营的导师 第一节 品牌定位系统及其基本关系 第二节 现代企业品牌这位的导向与原则 第三节 现代企业品牌定位导向类型 第四节 中国企业品牌定位的基本对策第3章 建设品牌文化：提升中国企业品牌运营的底蕴 第一节 品牌文化的创造与形成 第二节 现代品牌文化的基本表现形式 第三节 中国企业品牌文化建设及其基本对策第4章 培育品牌：构筑中国企业品牌运营的支撑体系 第一节 培育品牌创造的动力基础 第二节 制造品牌差别优势 第三节 创造品牌信息优势 第四节 建构品牌的关系优势 第五节 培育中国企业品牌的途径与对策第5章 品牌创新：铸就中国企业品牌运营的轴心 第一节 创新类型、创新模式与创新激励 第二节 产品创新：品牌永葆青春 第三节 技术创新：品牌“ 先发优势 ”的源泉 第四节 企业实施品牌运营的组织创新 第五节 企业实施品牌运营的管理创新 第六节 当代中国企业品牌创新分析第6章 重塑营销：引领中国企业品牌运营的中心 第一节 企业实施品牌运营的营销资源概述 第二节 当代企业从产品营销到品牌营销转型 第三节 企业实施品牌运营的营销机制创新 第四节 当代中国企业品牌营销分析第7章 提升品牌竞争力：中国企业品牌运营制胜之本 第一节 现代企业品牌竞争和品牌竞争力 第二节 建设品牌竞争力的基础 第三节 建设品牌竞争力的基本策略 第四节 中国企业品牌竞争力的现状及所面临的挑战 第五节 中国企业提升品牌竞争力的途径与对策第8章 品牌发展战略：中国企业挑战品牌运营的抉择 第一节 品牌发展战略原则和导向 第二节 名牌化：中国品牌走向世界的必由之路 第三节“ 强根固基 ”：铸就中国品牌的市场位势 第四节 集团化与多元化：中国企业品牌发展“ 快车道 ” 第五节 资本运营：中国企业品牌超常发展“ 引擎 ” 第六节 国际化：打造中国企业品牌“ 世界航母 ”参考文献后记

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