

<<城市营销研究>>

图书基本信息

书名：<<城市营销研究>>

13位ISBN编号：9787811220735

10位ISBN编号：7811220733

出版时间：2007-5

出版时间：东北财大

作者：于宁

页数：235

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>

<<城市营销研究>>

内容概要

本书从跨学科研究的视角出发，通过长期追踪国内外城市营销理论和城市品牌管理的相关研究文献，以期使本书的研究具有国际视野，对城市品牌问题进行了较为全面和深入的理论探讨和框架建构。该书为城市品牌塑造、传播、与维护的实践活动提供了理论指导，并避开了城市品牌动作过程中的误区，使我国向系统化、科学化的城市品牌动作之路迈进。

书籍目录

第1章 绪论 1.1 研究背景与选题意义 1.2 国外城市营销与城市品牌研究进展 1.3 国内城市营销与城市品牌的研究进展 1.4 本书的研究思路、目标与方法 小结第2章 城市品牌资产与城市竞争优势 2.1 城市品牌内涵研究 2.2 城市品牌资产的内涵研究 2.3 基于城市品牌资产的城市竞争优势 小结第3章 城市品牌定位研究 3.1 城市品牌定位的心理基础 3.2 城市品牌定位的结构分析 3.3 城市品牌定位系统 小结第4章 以顾客为中心的城市品牌资产开发 4.1 城市品牌资产开发的顾客导向 4.2 城市品牌资产开发矩阵与模式 4.3 城市联合品牌资产的构建 小结第5章 城市品牌的整合营销传播 5.1 城市品牌传播方式的转变 5.2 城市品牌传播的整合研究 5.3 城市品牌整合传播模式 小结第6章 城市关系资本与城市品牌资产维护 6.1 城市品牌关系理论 6.2 城市品牌关系中的关系资本 6.3 城市品牌资产的维护 小结第7章 大连城市品牌案例分析 7.1 大连的城市品牌定位 7.2 大连城市品牌资产的开发 7.3 大连城市品牌的整合营销传播 7.4 大连城市品牌资产的维护 小结第8章 结论与建议主要参考文献后记

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>