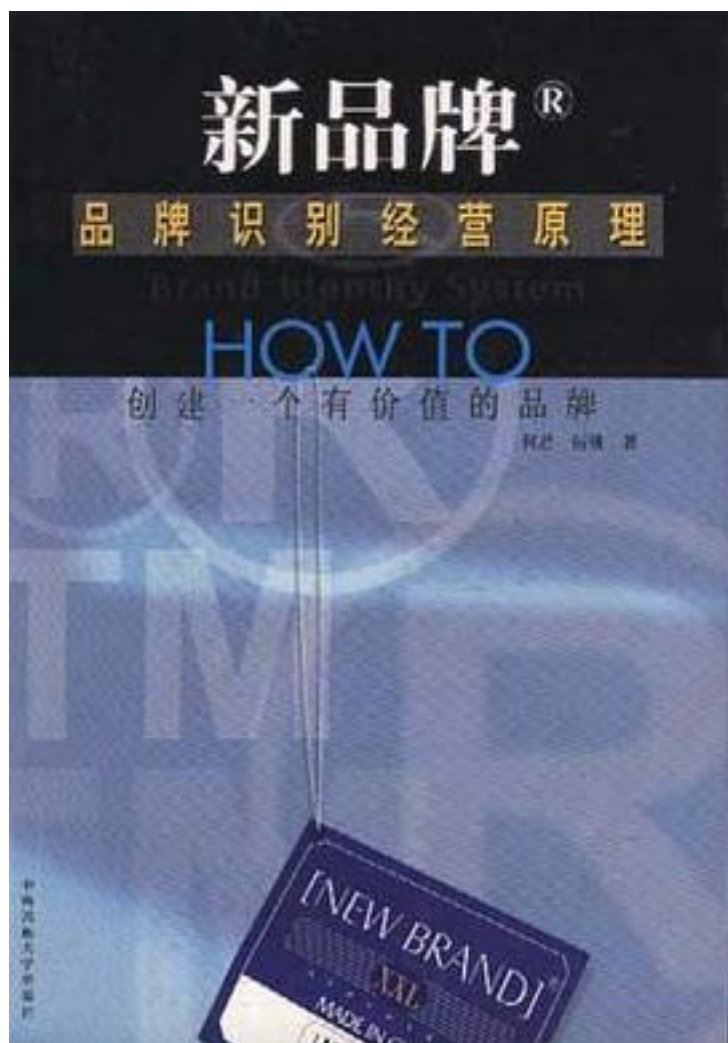


品牌识别经营原理



[品牌识别经营原理 下载链接1](#)

著者:何君

出版者:中央民族大学出版社

出版时间:1999-11-1

装帧:平装(无盘)

isbn:9787810563840

作者介绍:

何君

专业策划人，现任深度设计传播（天津）有限公司策划总监。

主要作品：

MBA中国化—中国企业营运实务》

《经验管理—68个实务问题》

《经营管理十日通》

厉戟

毕业于天津美术学院装潢设计系，现任教于河北工业大学艺术设计系，深度设计传播（天津）有限公司艺术指导。

主要作品

1997年获国际设计家联网（International DesignerNetwork）设计大奖赛国内及泛太平洋区总决赛奖。

1998年参加“大陆、港、台、澳”华人设计百杰展。

目前已协助天津、广东、西安等地数家企业全面导入企业形象识别系统

（Corporate IdentitySystem）和品牌形象识别系统（BrandIdentitySystem），获得了客户的高度评价。

目录: 第一章 品牌识别营运导论
第二章 企业竞争力与市场优势
第三章 品牌在市场营运中的意义
第四章 品牌识别经营的规划
第五章 品牌识别经营的模式
第六章 品牌识别经营的实务

第七章 营销王道——品牌连锁营运
附录
· · · · · (收起)

[品牌识别经营原理_下载链接1](#)

标签

评论

[品牌识别经营原理_下载链接1](#)

书评

[品牌识别经营原理_下载链接1](#)