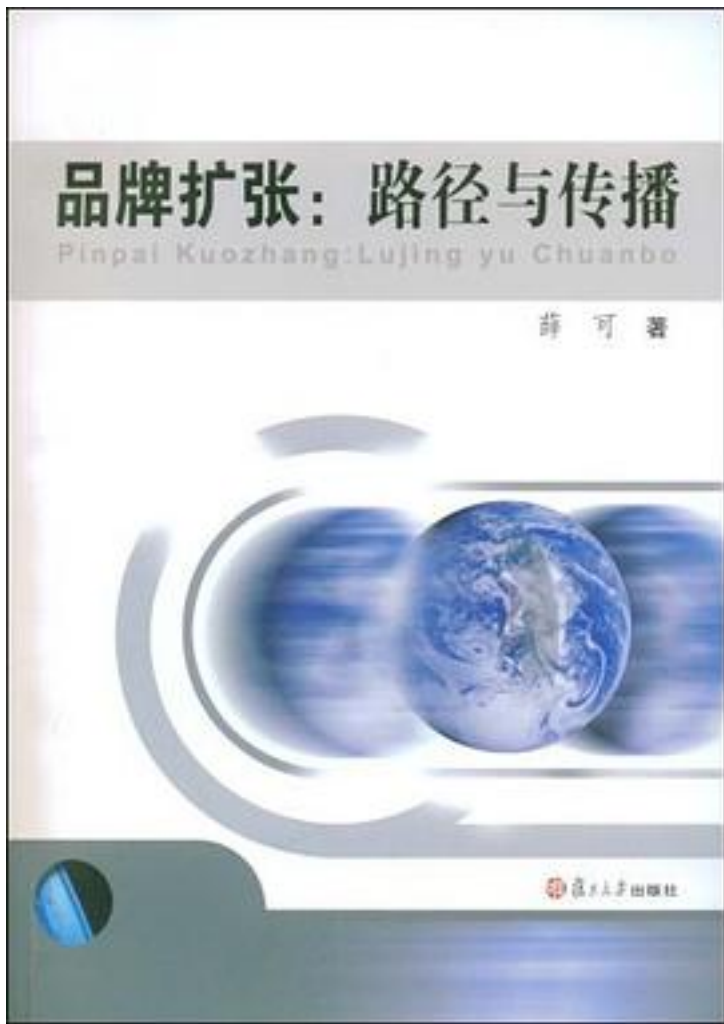


品牌扩张



[品牌扩张_下载链接1](#)

著者:薛可

出版者:北京大学

出版时间:2004-10

装帧:

isbn:9787301076781

品牌理论是市场营销学理论体系中的重要组成部分，品牌的延伸与创新，又是品牌理论

中最为重要和前沿的课题之一。本书从理论和实践、从宏观和微观、从文献和实证等各个方面探讨了品牌的延伸和创新，在梳理了品牌资产价值的概念的基础上，提出了完整的品牌资产价值意义，并提出其流动的轨迹和规律；在此基础上，作者研究了品牌延伸的三个层次，提出了品牌延伸的理论模型，建立了品牌延伸的评估模式；最后，作者研究了品牌创新的原因与方向，梳理了品牌创新的多种方法，提出了作为空间向度的品牌延伸与作为时间向度的品牌创新的相关性。这些见解有重要的理论意义和现实意义，为品牌实践提供了具有指导意义的方法和思路。尤其可贵的是，作者花费了十几年的时间追踪了36个强势品牌的发展轨迹，获得了大量的第一手的实证材料，充实和补充了本书的理论意义。

作者介绍:

目录:

[品牌扩张_下载链接1](#)

标签

评论

品牌是中国企业急需努力奋战的

[品牌扩张_下载链接1](#)

书评

[品牌扩张_下载链接1](#)