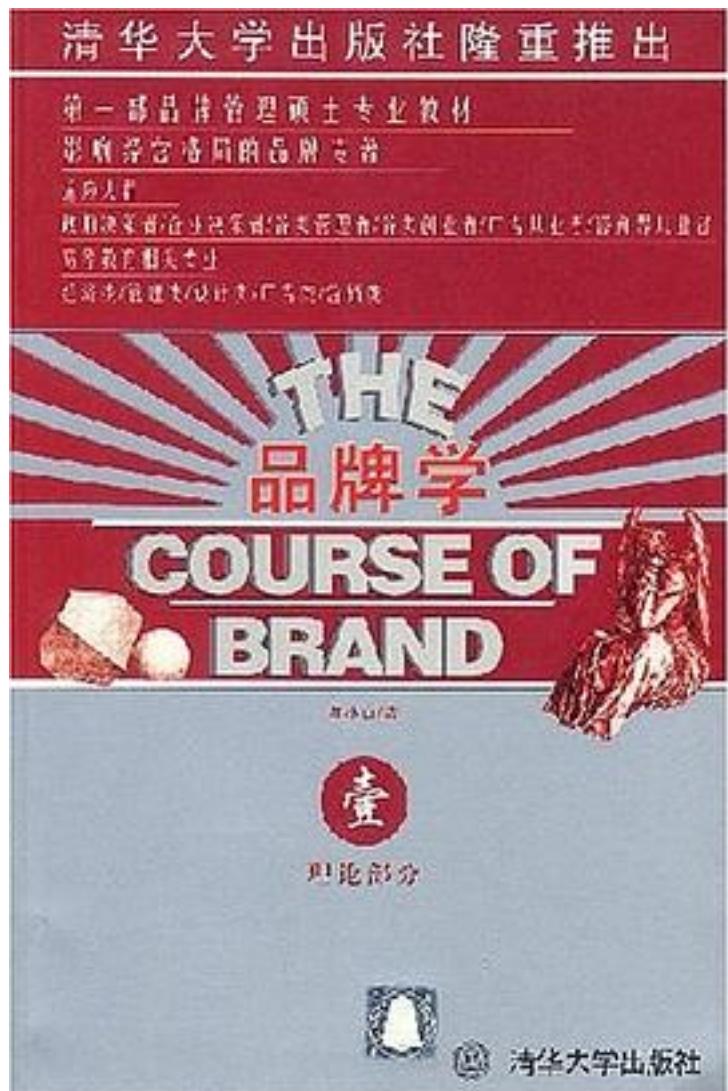


# 品牌学 壹 理论部分



[品牌学 壹 理论部分 下载链接1](#)

著者:年小山

出版者:清华大学出版社

出版时间:2003-1

装帧:

isbn:9787302063612

《品牌学(1)》的著述重点是品牌学的基础知识架构的论述与建模，重点阐述品牌塑造工作所需的知识模块支持，并提供系统化的思维模式、方法论、认识论和品牌相关概念、专业术语、定义等方面界定与词解。

作者介绍:

目录: 第一章品牌学概论

- 1. 1 品牌学是社会经济发展的必然产物
- 1. 1. 1 品牌学诞生的国际、国内背景
- 1. 1. 2 品牌学是社会经济发展的需要
- 1. 1. 3 品牌学构成基础
- 1. 1. 4 品牌学的内涵与定义
- · · · · (收起)

[品牌学 壹 理论部分 下载链接1](#)

标签

经济学

品牌

评论

[品牌学 壹 理论部分 下载链接1](#)

书评

[品牌学 壹 理论部分 下载链接1](#)