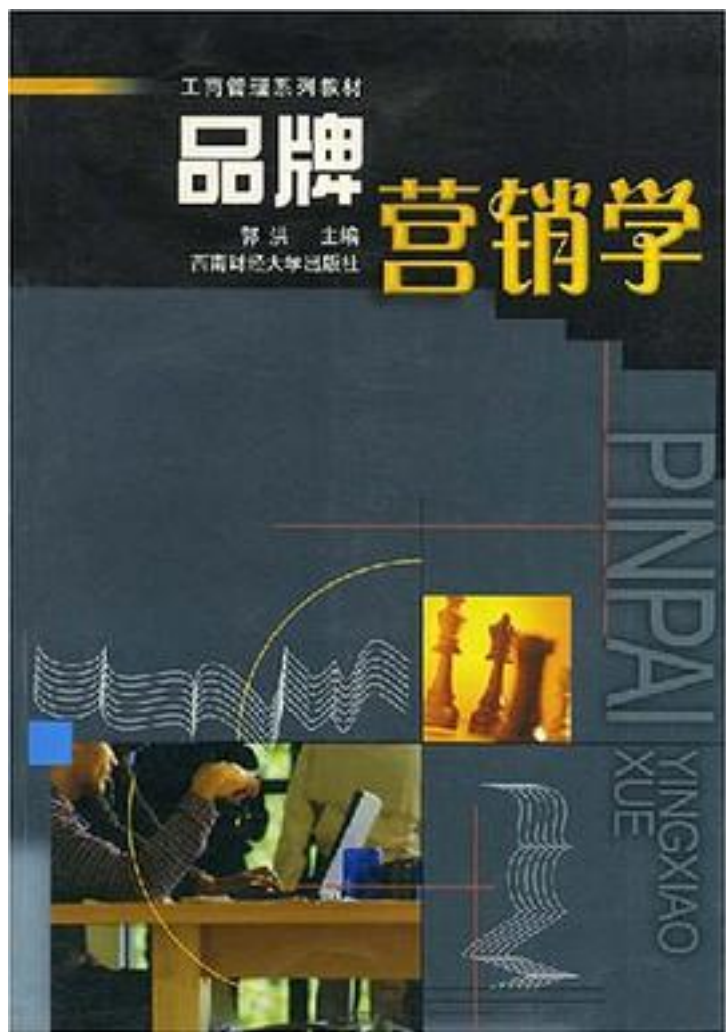


品牌营销学



[品牌营销学_下载链接1](#)

著者:郭洪

出版者:西南财经

出版时间:2006-3

装帧:简装本

isbn:9787810884044

为了适应我国品牌营销实践和高等院校教学的需要，我们编著了《品牌营销学》教程。

《品牌营销学》内容分为两大部分：一是品牌知识篇，包括1-4章。该篇深入研究品牌的内涵、分类、相关范畴；并从品牌与消费者、品牌与企业的关系出发，全面阐述品牌的作用机理，使读者树立品牌意识；第四章分析了品牌营销战略与管理的基本问题，起着承上启下的作用。二是品牌营销管理篇，包括5-12章。本篇围绕单一品牌营销管理的内容，结合国内外品牌营销实例，系统阐释相关理论与方法，具体包括品牌定位、品牌设计、品牌推广、品牌延伸、品牌维护、品牌增值、品牌创新、品牌国际化。此外，考虑教学需要，每章均附有小结、复习思考题、综合案例及案例讨论题。

作者介绍:

目录:

[品牌营销学_下载链接1](#)

标签

市场营销

广告

品牌

评论

案例还可以，其他的比较理论，挑易吸收的看

[品牌营销学_下载链接1](#)

书评

[品牌营销学_下载链接1](#)