

凯洛格品牌论



[凯洛格品牌论 下载链接1](#)

著者:秦伯特

出版者:人民邮电

出版时间:2006-11

装帧:平装

isbn:9787115153005

本书共分为四个部分。前三个部分是有关品牌开发原理的理论部分，从品牌的概念、战略和执行的角
度论述了品牌定位、品牌设计、品牌内涵、品牌的竞争战略、品牌的延伸战略、品牌的组合战略以及
如何通过有效的广告打造品牌，如何进行关系品牌开发，如何在商务市场上、服务市场上和技术市
场上执行品牌战略，如何创建一个品牌驱动的组织，如何测量品牌的价值等。第四部分介绍了世界
知名企业的高层管理者是如何看待品牌开发的，用管理者们自己在品牌开发实践方面的亲身体会向
读者展现了打造公司品牌的一幅幅生动的画面。

作者介绍:

目录:

[凯洛格品牌论 下载链接1](#)

标签

品牌

凯洛格

商业

品牌管理

品牌论

营销

品牌开发

brand

评论

定位和品牌组合战略。论文参考书。值得一看。

品牌价值的测量一节还尚可一读。其他章节乏善可陈，理论性不够强，读起来像在看一团混沌。譬如品牌执行里“通过有效的广告创建有效的品牌”一节，系统地提一下行为学习理论、认知理论，信息传播在不同的受众上感情、行为、认知三个维度是怎样交叉影响的读者理解起来会更轻松一些吧。

西北大学凯洛格商学院品牌研究专著

一本把已经有的概念重新复杂化出书的骗子！

[凯洛格品牌论 下载链接1](#)

书评

[凯洛格品牌论 下载链接1](#)