

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](#)