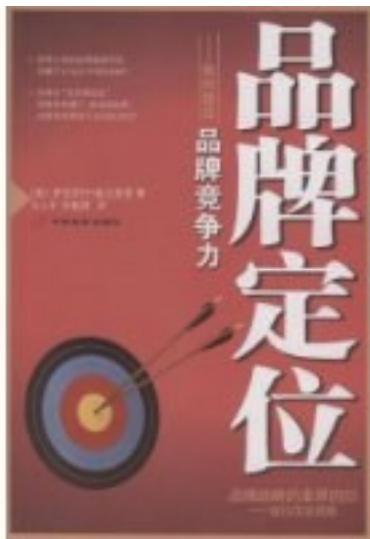


# 品牌定位



[品牌定位 下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:1970-1

装帧:

isbn:9787307062085

《品牌定位》是品牌前沿丛书系列中的一本，其主要涉及品牌定位理论概述，品牌定位的多维参照维度，品牌定位点的开发方式与技巧，定位点的整合与描述、层次及战略战术，品牌定位的过程、整合传播及再定位等，供读者阅读参考。品牌，是21世纪中国出现频率最高的词汇之一。在“中国制造”向“中国创造”的发展过程中，品牌是标志性的符号；在和谐社会建设和创新型国家建设中，品牌同样是标志性的符号；由经济大国向经济强国的提升中，品牌依然是标志性的符号。于是，中国从政府到民间、从企业到社团、从媒体到高校，人们普遍关注、议论并思考着品牌的问题。

作者介绍:

目录:

[品牌定位](#) [下载链接1](#)

标签

品牌营销

经管

广告

评论

---

[品牌定位](#) [下载链接1](#)

书评

---

[品牌定位](#) [下载链接1](#)