

品牌学教程



[品牌学教程_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2009-7

装帧:

isbn:9787309067750

《品牌学教程(第2版)》就是以多种品牌现象的内在生存规律为研究对象的富有创新性

的教材。品牌，是一种广泛的社会现象，存在于生活的各个角落。城市品牌、大学品牌、媒体品牌、医院品牌、体育品牌、论坛品牌、奖项品牌、博览品牌、个人品牌、工业品牌、商业品牌、酒店品牌、服务品牌……甚至可以说，我们都是存在于品牌的世界里，我们也必须以品牌化方式来生存。《品牌学教程(第2版)》全面参考了国际上先进的品牌理论成果，系统总结了国内外品牌实践的经验教训、全面揭示了品牌的概念、历史、战略、延伸、创新、资产、团队等品牌创造、发展、革新的规律，是既有理论完整性，又有实务指导性的教材。《品牌学教程(第2版)》适读人群：企业管理、市场营销、行政管理、新闻传播、广告与公关专业的本科生、研究生；企业董事长、总经理、品牌总监、广告总监、品牌传播公司、广告与公关类公司、咨询公司全体从业人员；政府、媒体、企业、社团从事宣传推广工作的人士；其他有志于从事品牌塑造事业和对品牌业感兴趣的人士。

《品牌学教程(第2版)》第二版为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。更新了全部案例分析，并设独立一章“品牌定位”。

作者介绍:

目录:

[品牌学教程_下载链接1](#)

标签

品牌

广告

大学教材

评论

[品牌学教程_下载链接1](#)

书评

[品牌学教程 下载链接1](#)