

品牌战略



[品牌战略_下载链接1](#)

著者:余明阳//戴世富

出版者:北京交通大学

出版时间:2009-9

装帧:

isbn:9787811237283

《品牌战略》是目前中国容量最大、体系最全的品牌战略专业教材之一。教材在系统吸纳国内外品牌战略既有成果的基础上，进行合理取舍，构建出全面和完善的品牌战略学科体系，是高校EMBA、MBA、MPAcc、本科生、硕士生及EDP高端培训品牌战略方面的理想教材。

作者介绍:

余明阳，1964年出生。浙江省宁波市人。上海交通大学品牌研究中心主任，上海交通大学管理学院教授，博士生导师。浙江大学哲学学士（1983）。复旦大学经济学硕士（1993），复旦大学经济学博士（1996），并在复旦大学管理学院和北京大学光华管理学院从事两站博士后研究。兼任中国公共关系协会常务副会长兼学术委员会主任，上海品牌促进中心秘书长。曾发表国内外SSCI、EI、CSSCI等期刊中英文论文100多篇。出版专著、合著、译著12种，主编部颁教材、“十一五”国家级规划教材、高校专业教材26种。主编学术丛书5套共60种。主持各类课题几十项，获得各种学术及专业奖项40多种。担任多个省市市政府高级经济顾问，曾担任公众上市公司总经理。现任多家上市公司独立董事。余教授是中国第一位以品牌研究取得博士学位的学者，也是中国第一位高校品牌研究机构的领导人。其领导的上海交通大学品牌研究中心被美国哥伦比亚大学全球品牌领导力中心吸纳为中国唯一战略伙伴。

目录: 第1章 品牌与品牌战略的历史沿革 本章学习要点 1.1 品牌概述 1.2 品牌发展史 1.3 品牌研究史 复习思考题第2章 品牌战略基本问题 本章学习要点 2.1 品牌战略的界定 2.2 品牌战略优势分析 2.3 品牌战略的相关要素 2.4 品牌战略的核心：赢取顾客心智 2.5 品牌战略框架 2.6 企业品牌战略选择 复习思考题第3章 品牌创建战略 本章学习要点 3.1 品牌战略规划 3.2 品牌创建要素的选择 3.3 品牌创建的营销与传播策略 复习思考题第4章 品牌成长战略 本章学习要点 4.1 影响品牌成长的因素分析 4.2 品牌成长的路径 4.3 品牌成长的市场策略 4.4 品牌成长的传播与推广 4.5 成长品牌的创新与延伸 复习思考题第5章 品牌成熟战略 本章学习要点 5.1 品牌忠诚与品牌成熟 5.2 成熟品牌的自我维护 5.3 成熟品牌的延伸与认可 5.4 成熟品牌的市场策略 5.5 成熟品牌的国际化 复习思考题第6章 品牌延伸战略 本章学习要点 6.1 品牌延伸的背景与内涵 6.2 品牌延伸的原因与作用 6.3 影响品牌延伸的因素 6.4 品牌延伸的条件与时机评估 6.5 品牌延伸的陷阱与规避对策 6.6 品牌延伸策略 6.7 品牌延伸的决策程序与效果评估 复习思考题第7章 品牌创新战略 本章学习要点 7.1 品牌创新概述 7.2 品牌创新的对策认知 7.3 品牌创新环境分析 7.4 品牌创新的维度与方法 7.5 中国企业品牌创新战略的路径 复习思考题第8章 品牌保护战略 本章学习要点 8.1 品牌的法律保护 8.2 品牌的自我保护 8.3 品牌危机的防范 8.4 品牌危机的处理 复习思考题第9章 品牌战略的管理 本章学习要点 9.1 品牌战略管理的层次 9.2 品牌战略管理的基本内容与组织形式 9.3 品牌战略管理过程 9.4 品牌战略的国际比较 复习思考题第10章 品牌战略的领域差异 本章学习要点 10.1 城市品牌战略 10.2 媒体品牌战略 10.3 大学品牌战略 复习思考题参考文献
· · · · · (收起)

[品牌战略 下载链接1](#)

标签

品牌

营销

管理

商业

评价极高

营销48本书

管理学

brand-strategy

评论

毕业论文阅读。

前面看得一丝不苟 后面看得囫圇吞枣

[品牌战略_下载链接1](#)

书评

目录 第1章 品牌与品牌战略的历史沿革 本章学习要点 1. 1 品牌概述 1. 2 品牌发展史
1. 3 品牌研究史 复习思考题 第2章 品牌战略基本问题 本章学习要点 2. 1
品牌战略的界定 2. 2 品牌战略优势分析 2. 3 品牌战略的相关要素 2. 4
品牌战略的核心：赢取顾客心智 2. 5 品牌战略...

[品牌战略_下载链接1](#)