

《市场定位与功能质量战略（第二）》

图书基本信息

书名：《市场定位与功能质量战略（第二卷）》

13位ISBN编号：9787501763542

10位ISBN编号：7501763542

出版时间：2004-4-1

出版社：中国经济出版社

作者：白光

页数：270

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《市场定位与功能质量战略（第二）》

内容概要

《企业品牌经营十大战略》丛书，即《提升品牌竞争力》五卷书，是作者在收集大量的资料信息和学习了大量的企业经营管理的实践知识后，经过比较系统地思考、梳理、整合、提炼而完成的。
该丛书以鲜明的观点，详实的理论基础，生动的案例分析，阐述了企业品牌经营十大战略的基本理论。每卷书阐述了两个战略的基本理论，每一战略专有一章为5-7个案例分析，十大战略约有60个案例分析。
 该丛书读来引

书籍目录

一 市场定位战略

第一章 品牌市场定位观念与策略

第二章 品牌经营的市场定位战略

第三章 品牌市场定位战略的应变

第四章 品牌市场延伸与定位策略

第五章 品牌市场定位战略实施案例

二 功能质量战略

第六章 产品功能质量观念

第七章 产品功能质量战略的策划

第八章 产品功能质量战略实施案例

参考文献

后记

《市场定位与功能质量战略（第二）》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com