

# 《战略品牌管理》

## 图书基本信息

书名：《战略品牌管理》

13位ISBN编号：9787300027050

10位ISBN编号：7300027059

出版时间：1998-09-01

出版社：中国人民大学出版社

作者：凯文·莱恩·凯勒

页数：635

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](http://www.tushu111.com)

# 《战略品牌管理》

## 内容概要

随着我国改革开放的不断深入和市场经济的快速发展,跨国公司大量涌进,国内企业迅速成长,市场竞争变得异常激烈。扩大企业知名度,走品牌化道路,已成为各企业在竞争中的一大杀手锏。那么应如何创造和培育一个著名品牌呢?又应如何去策划和管理这一战略品牌呢?相信您都能在这本英文版的《战略品牌管理》中找到答案。

## 书籍目录

### 目录

#### 第一部分 绪论

##### 第1章 引言

##### 第2章 品牌资产

#### 第一部分 品牌资产

##### 第3章 品牌认知结构

##### 第4章 品牌选择要素与建立品牌资产

##### 第5章 营销方案设计与建立品牌资产

##### 第6章 整合营销沟通与建立品牌资产

##### 第7章 二流品牌与建立品牌资产

#### 第三部分 品牌资产的测量

##### 第8章 品牌资产测量方法

##### 第9章 品牌资产测量结果

##### 第10章 品牌资产测量系统

#### 第四部分 品牌资产的管理

##### 第11章 品牌化战略

##### 第12章 新产品介绍和命名与品牌延伸

##### 第13章 品牌时间管理

##### 第14章 地域文化和细分市场的品牌管理

#### 第五部分 应用

##### 第15章 结束语

##### 附录A 列维公司的Dockers：创造附属品牌

##### 附录B 英特尔公司：成分品牌化

##### 附录C 加利福尼亚牛奶加工委员会：商品品牌化

##### 附录D 妮维雅：品牌组合管理

##### 附录E 耐克：创立全球品牌

##### 后记

##### 致谢

##### 索引

# 《战略品牌管理》

## 精彩书评

1、我硬着头皮读了一百多页就读不下去这部大部头书了。读完以后没有什么感觉，写得太抽象。建议品牌类的书还是去读实战派的，而非学术派的。最近读原来的耐克和星巴克营销总监BEDBURRY的《品牌新世界》一书就比凯勒的书好读，有收获。谁能硬着头皮读完凯勒的《战略品牌管理》者，真是神人啊。我的MSN：danielsfgh@hotmail.com，我喜欢读书，欢迎交流

## 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](http://www.tushu111.com)