

品牌定价方法 面向中国市场的定位方法论



作者：张惠辛著

出版社：上海：上海财经大学出版社

出版日期：2006. 07

总页数：160

介绍：本书针对中国市场的具体状况，结合当前中国广告业的现状，提出了品牌定位的方法，并较详尽地分析了成功或失败的案例，以帮助读者理解并掌握品牌定位方法。

说明：登录教客网（<https://www.jiaokey.com/book/detail/11805849.html>）查找全本阅读方式

品牌定价方法 面向中国市场的定位方法论 评论地址：<https://www.jiaokey.com/book/detail/11805849.html>

教客网提供千万本图书阅读地址。

<https://www.jiaokey.com/book/detail/11805849.html>

书名：品牌定价方法 面向中国市场的定位方法论