

Marka :
wizja i tworzenie marki
Leslie de Chernatony

Spis treści

Wstęp

Cz. I. Zarządzanie marką - nowy sposób myślenia

1. Zrównoważone podejście do marki
2. Różne sposoby rozumienia "marki"

Cz. II. Marki zintegrowane - planowanie

3. Strategiczny proces budowania marek zintegrowanych

Cz. III. Wykorzystanie procesu budowania marki

4. Opracowanie wizji marki
5. Znaczenie kultury organizacyjnej dla marki
6. Określenie celów marki
7. Rewidowanie sfery marki
8. Syntetyzacja charakteru marki
9. Wdrażanie marki i określanie zasobów marki
10. Ocena marki

Indeksy