

《垄断的理由(国际IT业十大实力品牌发展战略)/品牌榜样》

书籍信息

版次：

页数：

字数：

印刷时间：

开本：

纸张：

包装：

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787308032728

内容简介

品牌榜样。《垄断的理由——国际IT业十大实力品牌发展战略》一书由10个篇章组成，分别述说了IBM（国际商用机械公司）、MICROSOFT（微软）、INTEL（英特尔）、DELL（戴尔）、APPLE（苹果）、HP（惠普）、NOKIA（诺基亚）、MOTOROLA（摩托罗拉）、SONY（索尼）、SAMSUNG（三星）10个实力IT品牌的成长和兴衰，并对个中原因进行了深刻的理论剖析。透视强势品牌的魅力和光芒，通过十大品牌的纵横对比，详尽地阐述和剖析了十大强势品牌获得成功的历史原因、文化根基、战略特色和理论依据，总结出一些建设国际化IT品牌的成功之道。

目录

前言	第一篇	蓝色巨人的传奇——IBM的品牌塑造和转型战略	第二篇
比尔·盖茨和微软帝国——微软的模式化建设战略	第三篇		
十倍速动力的帝国——英特尔的摩尔式战略	第四篇		
直销巨人的“简单”理念——戴尔的达尔文式发展战略	第五篇		
膜拜特立独行的信仰——苹果的终极个性化战略	第六篇		
惠普之道——惠普的企业文化拉动战略	第七篇		
人性科技缔造地球支点——诺基亚的品牌人本化战略	第八篇		
悲喜演绎传奇品牌——摩托罗拉的品牌战略	第九篇		
豚鼠的数码梦想——索尼的IT娱乐化战略	第十篇		
最前卫的传统——三星的国际化发展战略	主要参考文献	跋	

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