

科学理性与方法

品牌哲学产生的背景与研究框架

张锐,张焱

重庆文理学院品牌科学研究所;重庆交通大学管理学院;

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 品牌哲学是品牌学科体系中一门基础理论学科。首先从社会发展、品牌科学发展、相关先行学科、品牌学理论基础等多维视角,系统阐释品牌哲学创立、创生的必要性和现实性,然后对品牌哲学的概念、研究对象、学科性质及研究范围进行初步界定,最后分别从品牌和哲学的基本问题出发,着重探讨品牌哲学的研究框架和学科体系构成问题,旨在推动品牌哲学的建构和发展。

关键词 [品牌](#) [品牌哲学](#) [研究框架](#) [学科体系](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2008-11-046](#)

通讯作者:

张锐

作者个人主页: [张锐;张焱](#)

扩展功能

本文信息

▶ [Supporting info](#)

▶ [\[PDF全文\]](#)(1481KB)

▶ [\[HTML\]](#)(OKB)

▶ [参考文献\[PDF\]](#)

▶ [参考文献](#)

服务与反馈

▶ [把本文推荐给朋友](#)

▶ [加入我的书架](#)

▶ [加入引用管理器](#)

▶ [引用本文](#)

▶ [Email Alert](#)

▶ [文章反馈](#)

▶ [浏览反馈信息](#)

相关信息

▶ [本刊中 包含“品牌”的 相关文章](#)

▶ 本文作者相关文章

· [张锐](#)

· [张焱](#)

