

【作者】	罗赳赳, 伍青生
【单位】	上海交通大学安泰管理学院, 上海
【卷号】	35
【发表年份】	2007
【发表刊期】	7
【发表页码】	2192 - 2194
【关键字】	品牌; 核心价值四维度模型; “奥林匹克花园”品牌
【摘要】	阐述了品牌核心价值的内涵及其与品牌定位之间的关系, 提出品牌核心价值四维度模型。对“奥林匹克花园”品牌核心价值进行了分析, 佐证和支持了品牌核心价值四维度模型的合理性和有效性。
【附件】	 PDF下载 <a href="#">PDF阅读器下载</a>

关闭