



Estensione di marca e successo dell'innovazione di mercato.

By Cassia, Fabio

LED, 2007. Book Condition: new. Milano, 2007; br., pp. 140, cm 15,5x22. (Studi e Ricerche). **SOMMARIO:** Prefazione. 1. La marca come strumento per la gestione delle relazioni impresa-mercato: 1.1 L'impresa sistema vitale, la marca ed il sistema di consumo - 1.2 La natura dinamica della marca. 2. La marca nel contesto dell'innovazione di mercato: 2.1 Le interazioni tra le fonti dell'innovazione di mercato: tecnologia e simbolismo - 2.2 Le funzioni della marca nell'ambito dei processi di adozione e di diffusione dell'innovazione di mercato. 3. Estensione di marca o marca nuova a supporto dell'innovazione di prodotto? Una panoramica sullo stato dell'arte: 3.1 Il concetto di estensione di marca - 3.2 I principali contributi della Letteratura sull'estensione - 3.2.1 Gli effetti diretti della brand extension - 3.2.2 Gli effetti indiretti della brand extension - 3.2.3 Ulteriori direttrici di ricerca - 3.2.4 Alcuni commenti conclusivi - 3.3 La decisione di costruire una nuova marca - 3.4 Tra teoria e pratica: alcune riflessioni complessive sul significato dell'estensione. Appendice 1: cronologia degli articoli internazionali sull'estensione di marca dal 1987 ad oggi. 4. Case studies: presentazione, analisi e discussione: 4.1 Obiettivi dello studio e premesse metodologiche - 4.2 I Casi - 4.2.1 Caso 1: Burn e...



READ ONLINE
[5.28 MB]

Reviews

This ebook can be worthy of a read, and much better than other. I have read and i am certain that i am going to planning to go through again once again in the future. You may like just how the writer compose this book.

-- **Mr. Grant Stanton PhD**

A whole new eBook with an all new standpoint. It is actually rally fascinating throgh reading through time period. You wont truly feel monotony at anytime of your own time (that's what catalogues are for relating to when you request me).

-- **Claire Bartell**