
题 目：加强民营企业品牌建设-以阿里巴巴为例

目 录

摘要	1
Abstract	11
第一章 绪论	1
1.1 研究背景与研究目的	1
1.1.1 研究的背景	1
1.1.2 研究的目的	1
1.2 研究方法与研究意义	2
第二章 品牌形象的理论基础	3
2.1 品牌形象的相关概念	3
2.1.1 品牌形象的定义	3
2.2 品牌形象的构成要素	4
2.2.1 公司形象	4
2.2.2 使用者形象	4
2.2.3 产品或服务的形象	4
2.2.4 对产品或服务的预期	5
2.2.5 品牌联想	5
2.3 阿里巴巴公司的基本情况	5
2.3.1 阿里巴巴简介	5
2.3.2 阿里巴巴品牌现状	6
第三章 民营企业品牌形象存在的问题与原因	7
3.1 民营企业品牌形象的问题	7
3.1.1 品牌缺乏代表性	7

3.1.2 品牌缺乏规划	7
3.1.3 忽视产品质量	8
3.1.4 公关能力差	8
3.2 企业形象存在问题的原因	9
3.2.1 缺乏品牌战略理念	9
3.2.2 品牌管理问题	9
3.2.3 缺乏管理人才	10
3.2.4 缺乏企业文化	11
第四章 对阿里巴巴品牌建设的对策和建议	12
4.1 提升企业自身水平	12
4.2 外部环境的支持	15
4.3 注重企业品牌定位	15
4.4 提升企业品牌文化	16
4.5 提升品牌竞争力	16
总结	18
参考文献	19
致谢	20

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/416013210234011002>

