

<<机关品牌>>

图书基本信息

书名：<<机关品牌>>

13位ISBN编号：9787010070476

10位ISBN编号：7010070474

出版时间：2008-6

出版时间：人民出版社

作者：中共青岛市委市直机关工作委员会 编

页数：368

版权说明：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：<http://www.tushu007.com>

<<机关品牌>>

内容概要

青岛市的机关品牌建设是一个创举，中共青岛市委市直机关工委编写的《机关品牌》一书是中国第一部机关品牌与文化创新的专著，具有重要的理论价值与实践意义，值得重视，值得总结，值得肯定，值得称道。

青岛的“机关品版”建设实践与理论，坚持科学发展观，推动了中国特色的绩效导向的机关文化建设，推动了政府职能转变与建设服务型政府，提升了城市的核心竞争力与综合竞争力。

《机关品版》的出版，对于在新形势下我们如何卓有成效地进行机关建设，具有重要的借鉴、启示意义和参考价值，相信会受到广大读者的喜爱。

<<机关品牌>>

书籍目录

序理论研究篇第一章 机关品牌与机关文化概论一、品牌的基本知识二、品牌的产生与发展三、文化的基本知识四、机关品牌与机关文化第二章 打造机关品牌一、打造机关品牌的实践意义二、打造机关品牌的基本原则及其基本框架三、导入MVB实施战略定位,实现品牌定位与机关使命一致四、导入CIS规范品牌设计,实现品牌设计与机关文化对接五、导入BSC强化绩效管理,实现品牌管理与机关管理同步六、导入360°反馈,搭建信息共享平台,实现品牌传播与社会互动第三章 塑造中国特色的绩效导向机关文化一、中外政府(机关)文化的发展状况二、我国机关文化建设现状分析三、绩效导向机关文化的架构四、建设社会主义核心价值体系,全面塑造绩效导向机关文化创新文化典型案例:青岛市机关争创“优秀工作成果”活动简介探索实践篇第四章 中国品牌之都——青岛一、百年青岛百年品牌二、名牌战略培育名牌产品三、名牌产品造就品牌经济四、品牌企业带动品牌经济的规模化发展五、自主创新推进品牌经济发展六、从经济品牌延伸到服务品牌七、机关品牌的崛起提升城市核心竞争力第五章 青岛市创建机关品牌之路一、背景介绍二、发展阶段三、主要做法四、主要成效五、几点启示第六章 相关政策文件《关于深入开展“创建高绩效机关做人民满意公务员”工作的意见》(2006年2月28日)《关于在全市机关创建机关品牌的意见》(2005年10月11日)《青岛市机关名牌评选管理办法》(2006年9月20日)《关于命名首批青岛市机关名牌的通报》(2007年4月19日)《关于命名青岛市机关名牌的通报》(2008年3月7日)典型案例篇第七章 党委系统机关品牌典型案例中共青岛市委市直机关工委“铸绩惟民”品牌案例.....第八章 政府系统机关品牌典型案例第九章 群团系统机关品牌典型案例舆论宣传篇第十章 综合类第十一章 品牌类参考文献后记

<<机关品牌>>

章节摘录

第一章 机关品牌与机关文化概论 我们现在生活在一个品牌的时代，不仅是产品、企业，甚至每个人、每个组织、每个城市都意味着一个品牌的存在。

我们每天、每时都在与品牌打交道，品牌成为家喻户晓的名词，每个人都会根据自己的体验和理解为品牌下个定义。

自20世纪50年代，美国广告大师大卫·奥格威第一次提出品牌概念至今，实业界的操作需求带来了品牌理论研究的繁荣，品牌的内涵和外延随着社会的发展和进步，不断得到丰富和发展。

一、品牌的基本知识 1. 品牌的定义 品牌一般被认为是一个名称、一个标记、一个图案，或它们的组合。

因此，品牌是一个具体的东西，是看得见，听得到，甚至是可以触摸的东西。

“品牌”一词是外来语。

在《现代汉语词典》和《辞海》中，分别对“品”和“牌”两个字进行了解释。

“品”有“物品”之意，如：“商品”、“产品”；“牌”有“牌子”、“牌号”之意，即“商店”的字号或“商标”。

因此，“品牌”中文的一般含义可解释为，“品”，品质、品位；“牌”，牌子、信誉、形象、标志，结合起来就是有个性的显著标志，是一个大家都认可的牌子。

品牌的英文单词Brand，源自古挪威文Brandr，意思是“烧灼、烙印”。

人们用这种方式来标记家畜等需要与其他人相区别的私有财产。

《英汉大辞典》里，名词“Brand”被翻译为两个意思：一是指商标或商品的牌子；二是指牲畜、奴隶身上标明所属的烙印。

《牛津大辞典》——品牌“用来证明所有权，作为质量标志或其他用途”。

经过近一二百年的历史演进，现在“品牌”一词，无论是其内涵还是外延都已大大地扩展了。

然而，对品牌的定义，无论在理论界还是企业界都没有统一的表述。

由于品牌研究者的不同视角，对品牌的不同理解，产生了诸多品牌的定义。

归纳起来比较典型的有以下六大类。

<<机关品牌>>

编辑推荐

这是一个随时都能感受到的品牌力量的城市。
这里诞生的品牌，已经影响了中国，正在影响世界。

——来自中央电视台对青岛城市整体评价 工业基础雄厚，政府高瞻远瞩，企业家领跑市场；以经济力提升文化力，以文化力驱动经济力，青岛全方位的品牌战略形成了一个良性的循环。

——国家统计局首次发布的《中国城市品牌经济状况报告》 作为“金牌城市”，青岛在品牌打造方面始终处于全国前列，被誉为“品牌之都”。

近年来，青岛坚持持续创新，学习借鉴现代公共管理理论和国内外企业管理的成功经验，大力推进“创建高级效机关，做人民满意公务员”工作，将打造机关品牌作为机关作为机关文化建设的重要载体，以机关品牌促进机关共和高效，以高绩效机关促进社会和谐发展，抓住了影响城市发展的核心总量，填补了品牌在机关层面的空白，其实践和经验值得学习和借鉴。

——《名牌时报》 青岛市的机关品牌建设是一个创举，中共青岛市委市直机关工委编写的《机关品牌》一书是中国第一部机关品牌与文化创新的专著，具有重要的理论价值与实践意义，值得重视，值得总结，值得肯定，值得称道。

——著名理论家，企业文化、形象、战略专家贾春峰。

品牌经济战略已被公认为打造一个城市、一个地区乃至一个国家核心竞争力的关键。

——中国品牌战略专家 李光斗 建设品牌不仅仅在经济领域，全社会，所有人都应该关注民族品牌建设，在系统科学的品牌管理理论指导下，实践建设中国自主品牌。

青岛这座美丽的城市所建设的品牌群及青岛机关品牌建设成果为我们做出了很好的榜样。

——亚洲品牌（中国）委员会秘书长流鹰

版权说明

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:<http://www.tushu007.com>