

<<中国品牌发展报告>>

图书基本信息

书名：<<中国品牌发展报告>>

13位ISBN编号：9787301151471

10位ISBN编号：7301151470

出版时间：2011-9

出版单位：北京大学

作者：中华人民共和国商务部 编

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>

<<中国品牌发展报告>>

内容概要

《中国品牌发展报告(2008-2009)》是商务部委托北京大学光华管理学院进行的研究，就2008—2009年中国品牌发展情况、品牌建设中存在的问题、品牌发展的机遇，以及行业品牌发展等问题进行了深入论述。

<<中国品牌发展报告>>

书籍目录

第一篇 总论

- 一、我国品牌发展的国内外环境
- 二、2008年我国品牌发展所取得的成就
- 三、2008年我国品牌发展所出现的一些问题
- 四、品牌发展的机遇

第二篇 装备制造业品牌

- 一、我国装备制造业发展概况
- 二、我国装备制造业重视品牌建设的重要性
- 三、装备制造业企业品牌建设的分析
- 四、我国装备制造企业品牌建设的途径分析

第三篇 地理标志与区域品牌

- 一、地理标志的含义与作用
- 二、中国关于地理标志的评定系统与认定规则
- 三、有关地理标志的国际惯例
- 四、我国农产品地理标志发展现状
- 五、我国地理标志发展存在的主要问题
- 六、加强我国地理标志保护的对策
- 七、地理标志案例精选
- 八、区域品牌的概念及文献综述
- 九、区域品牌现状分析
- 十、区域品牌的发展策略
- 十一、区域品牌案例分析

第四篇 技术创新型品牌

- 一、概念
- 二、技术创新与品牌建设之间的关系
- 三、我国主要行业技术创新型品牌的发展现状剖析
- 四、技术创新型品牌建设的展望思路

第五篇 社会责任品牌

- 一、企业社会责任概述
- 二、企业社会责任的分类
- 三、社会责任对品牌建设的重要意义
- 四、中国企业社会责任与品牌建设的问题与现状
- 五、在华跨国公司企业社会责任与品牌建设现状
- 六、社会责任促进品牌建设的对策和建议

第六篇 国际经验

- 一、韩国
- 二、英国
- 三、意大利
- 四、日本

第七篇 品牌理论

- 一、品牌理论
- 二、品牌理论前沿
- 三、全球品牌排行榜研究
- 四、品牌战略理论

<<中国品牌发展报告>>

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>