

<<品牌竞争力研究>>

图书基本信息

书名：<<品牌竞争力研究>>

13位ISBN编号：9787802074385

10位ISBN编号：780207438X

出版时间：2005-12

出版时间：经济管理出版社

作者：许基南

页数：232

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>

<<品牌竞争力研究>>

内容概要

作者在本书中深入系统地研究了品牌竞争力，创造性地将品牌定义为：品牌是由市场属性和产品属性而组成的一个系统，品牌的市场属性是指包括商标在内的一系列传递产品特性、利益、联想、文化、价值观和个性等活动的总和，品牌的产品属性是指品牌代表着企业规模、产品质量、技术和企业形象等。

品牌是产品属性和市场属性的综合体现，是企业与顾客之间的关系性契约。

在此基础上，从系统的角度对品牌竞争力来源进行研究，提出了品牌竞争力来源包括内部来源和外部来源，内部来源又包括市场来源和产品来源的观点。

其中，内部来源是品牌竞争力的决定因素，外部来源是品牌竞争力的保障因素；品牌竞争力的市场来源是指品牌在市场竞争中直接表现出来的能力，是一种显性的能力，是品牌市场属性的表现形式，而品牌竞争力的产品来源又是由品牌竞争力的市场来源形成的，品牌竞争力的产品来源是指企业内部的管理能力，是一种隐性的能力，是品牌的产品属性的表现形式。

这些对中国企业培育并建议品牌竞争优势具有一定的指导意义。

全书研究体系完整，理论分析深刻，文笔流畅，概念界定严格而又清晰，体现出作者扎实的理论功底和严谨的研究作风。

此研究成果不仅具有一定的学术价值，而且对中国企业品种竞争力的提高有一定的指导作用。

<<品牌竞争力研究>>

书籍目录

1 导论1.1 问题的提出1.2 研究的目标与意义1.3 研究框架、理论依据、研究方法2 基本概念与研究的假设前提2.1 基本概念2.2 假设前提3 品牌竞争力的经济学分析3.1 品牌竞争力的经济学分析3.2 品牌竞争力的理论基础4 品牌竞争力的来源4.1 品牌竞争力的来源分析4.2 品牌竞争力的内部来源4.3 品牌竞争力的外部来源4.4 品牌竞争力的来源模型5 品牌竞争力的形成与培育5.1 品牌竞争力的形成机理5.2 品牌竞争力的培育6 品牌竞争力的评价6.1 品牌资产的决定基础6.2 品牌资产价值的评估方法6.3 品牌竞争力与品牌资产价值的相关分析6.4 品牌竞争力的评价7 面向全球化和网络信息化，品牌竞争力发展的新趋势7.1 经济全球化及其特征7.2 品牌竞争力的全球化趋势7.3 网络信息化及其对品牌竞争的影响7.4 原产地形象与企业品牌8 中国品牌竞争力的现状、问题及对策8.1 中国品牌竞争力的现状8.2 中国品牌竞争力存在的问题8.3 提高中国品牌竞争力的对策研究参考文献后记

<<品牌竞争力研究>>

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>