

<<企业商标战略>>

图书基本信息

书名：<<企业商标战略>>

13位ISBN编号：9787010055985

10位ISBN编号：701005598X

出版时间：2006-10

出版单位：人民

作者：郭修申

页数：345

字数：787000

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>

<<企业商标战略>>

内容概要

本书是中华商标协会专家委员会专家郭修申先生写给中国企业的又一部力作。

本书着重阐述了十一个企业商标战略：商标设计战略，商标定位战略，商标形象战略，商标运用战略，商标营销战略，商标广告战略，商标管理战略，商标经营战略，商标保护战略，争创驰名商标战略，商标国际化战略。

本书突出适用性和可操作性，对每项战略涉及的理论和实务问题都进行了较系统的阐述，并有机结合典型案例充分论证，以期使读者在理论与实践的结合上得到举一反三的启示。

本书条理清楚，分析透彻，语言流畅，可读性强，便于企业实践、操作。

<<企业商标战略>>

作者简介

郭修申，责任中华商标协会中企商标发展中心副主任、专家委员会专家；曾任北京军区石家庄军事法院审判员，河北省工商行政管理局政策法规处副处长、调研员。

<<企业商标战略>>

书籍目录

序一序二第1章 品牌经营时代凸现商标战略 一、21世纪进入品牌经营时代 二、美日关注商标战略中的国家利益 三、外国公司纯熟实施的商标战略 四、中国商标发展现状 五、中国企业商标战略的主要差距第2章 商标--企业商标战略的根基 一、商标权的法律属性与商标战略主体 二、商标权的内容 三、商标权的特征 四、商标的作用 五、商标(品牌)与消费者 六、著名商标、驰名商标的效应第3章 商标设计战略 一、商标选择与设计应服务于商品或服务的功能和用途 二、商标选择与设计应着眼消费者的心理效应 三、商标选择与设计应有利于开拓市场 四、商标选择与设计应有效宣传企业形象 五、商标设计应具有文化内涵 六、商标设计应具有独创性、显著性 七、商标设计应尽量使商标名称与企业字号一致 八、商标设计应有助于商标国际化战略第4章 商标定位战略 一、商标定位 二、商标定位的作用 三、商标定位法则 四、商标理念定位 五、商标消费群体定位 六、商标价值定位第5章 商标形象战略第6章 商标运用战略第7章 商标(品牌)营销战略第8章 商标广告战略第9章 商标(品牌)管理战略第10章 商标经营战略第11章 商标保护战略第12章 争创驰名商标战略第13章 商标国际化战略后记

编辑推荐

书中内容贯彻落实科学发展观，指导企业实施商标战略，实施“走出去”战略，加强自主品牌建设，培育一批在国内、国际市场上叫得响、站得住、经得起市场风浪的驰名商标，是推进转变经济增长方式，实现经济持续、快速、健康发展的必然选择，是企业增强市场竞争力，国家提高综合国力的重要手段，是实现我国从贸易大国向贸易强国转变的必由之路，也是商标领域急需研究的如何运用商标为国家经济建设服务的重大课题。

本书被董葆霖先生称为“是商标领域的一项重大研究成果，尤其在国家正在组织制定国家知识产权战略的情况下，更显出本书的价值。

” 本书突出适用性和可操作性，在内容上对每项战略都阐述了法理或理论依据，对每项战略涉及的实务和理论问题都进行了较系统的阐述，并有机结合典型案例充分论证，以期使读者在理论与实践的结合上得到举一反三的启示。

本书条理清楚，分析透彻，语言流畅，可读性强，便于企业实践、操作。

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>