

<<CEO品牌之道>>

图书基本信息

书名：<<CEO品牌之道>>

13位ISBN编号：9787508041599

10位ISBN编号：7508041593

出版时间：2007-4

出版时间：华夏出版社

作者：杨曦沦

页数：183

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>

<<CEO品牌之道>>

内容概要

2008年北京奥运会对中国的经济发展、文化传播和国家形象塑造以及本国企业品牌国际化都将是难得一遇的历史发展机遇。

《CEO品牌之道：源于心，成于行》以精辟独到的眼光和语言从组织建设、形象管理和资产经营等方面对奥林匹克品牌进行了阐述。

趋势表明，品牌创建活动正从品牌营销向品牌资产经营转变，从品牌形象塑造向品牌化组织建设转变。

品牌化组织将成为企业基本的组织形态；品牌驱动战略将成为企业的终极战略；品牌虚拟整合能力将成为企业的核心竞争力。

研究表明，品牌交易能力，品牌领导能力和品牌虚拟整合能力构成了品牌生产力。

品牌资产经营是一种有目的、有组织的投资行为，它是一种虚拟经营的商业模式。

品牌作业一个独立的“虚拟资产”可以为企业创新的财富。

实践表明，品牌管理已经跨越了营销、广告和公关的概念，向组织、网络、金融的领域纵深发展，这就是品牌化经营。

品牌化经营是由品牌组织建设，品牌形象管理和品牌资产经营构成的一个完整体系。

作者简介

杨曦沦，CEO品牌资产管理有限公司，首席品牌架构师。

在多年对奥林匹克品牌管理模式研究的基础上，推出了CEO品牌化组织管理模型和CEO全员品牌管理沟通与培训计划，曾为保险、地产、餐饮、食品、医疗、网络、汽车、开发区等投资逾亿元的项目提供品牌战略咨询和品牌管理解决方案设计。

目前还担任中国科技新闻学会理事、中国扶贫基金会品牌顾问，中食协龙头企业食品安全信用体系建设品牌顾问等。

<<CEO品牌之道>>

书籍目录

开篇：新时代，新使命
上篇：CEO品牌之道一、2008：中国品牌全球化的历史机遇二、走在曲线的前面——品牌世界的三大趋势三、互联网造就品牌化组织四、CEO的新角色五、CEO品牌的定义六、CEO品牌之道七、做个品牌投资家——布兰森的表演八、新品牌，新定式——中国品牌全球化战略定位设计
下篇：全球品牌管理的“标杆”九、全球品牌管理的“标杆”十、奥林匹克品牌管理三部曲之一：组织建设十一、奥林匹克品牌管理三部曲之二：形象管理十二、奥林匹克品牌管理三部曲之三：资产经营
后记：以快乐之心做美好之事

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>