第一图书网, tushu007.com

<<品牌的力量>>

图书基本信息

书名：<<品牌的力量>>

13位ISBN编号：9787800732508

10位ISBN编号：7800732509

出版时间：2000-01

出版时间：中信出版社

作者：保罗.斯图伯特

页数：238

字数：184000

译者：尹英 等

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

内容概要

本书的编者保罗·斯图伯特是英国英特品牌集团（Interbrand Group）的董事。
英特品牌集团是世界范围内品牌价值评估的权威，它与美国《全融世界》（Financial World)杂志合作，用自行开发的“收益乘数法”每年对世界著名品牌进行价值评估，推出的“世界最有价值的品牌排行榜”（The Most Valuable Brands of World）在世界范围内产生很大影响，我国近年来在介绍国外名牌巨额价值时引用的数字就来源于此。
本书的出版是首次将该方法完整地介绍给国内广大读者。
　本书的作者均是世界著名企业的管理者（如可口可乐、雀巢、奔驰、贝纳通、玛氏等）和多年从事品牌战略、品牌评估研究的咨询专家。
他们将先进的品牌理论与自身丰富的管理（或咨询）实践相结合，列举了世界名牌发展中的许多经验和教训，使文章深刻而生动。
　本书论述了在软饮料、酒类、食品、汽车、零售商业．日常用品、服装、渔业等不同行业创建和保护名牌的方法，介绍了品牌力．市场感知的质量、特许经销、共有品牌、保护伞品牌、基于品牌的公司结构等概念和品牌价值评估的各种方法，涉及了美国、英国、德国、意大利、日本、斯堪的纳维亚等多个国家和地区，内容极为丰富。
　本书既为理论研究者、学习企业管理专业的大学生和研究生提供了丰富的理论和生动的案例，也是广大企业管理人员了解和学习国外先进经验的好教材。

作者简介

尹英 1972年生于北京，中国人民大学经济学学士、经济学硕士，现在国家经贸委工作。
参与编写的作品有：《品牌打天下》、《名牌战略》、《质量振兴与名牌战略》、《哈佛商学经典》
。

万新平 1969年生于江西南昌，清华大学工学学士，中国人民大学企业管理硕士，现

<<品牌的力量>>

书籍目录

书中表的目录书中图的目录彩图插页目录前言鸣谢序论 保罗·斯图伯特，英特品牌集团董事一、品牌力的重要性 唐纳德·基欧，可口可乐公司前总经理和业务总裁二、创造品牌力 安东尼·特纳德，吉尼斯公司前董事长三、全球品牌的管理 卡米罗·帕加诺，雀巢公司前执行别总裁四、市场感知质量的重要性 布德雷·盖尔，市场驱动质量公司创办者五、增加品牌价值 艾伦·夏伯德，大都会公司董事长六、汽车工业中的强势品牌 维纳·尼弗教授，奔驰公司前董事长七、零售品牌力的出现 泰瑞·里奇，泰斯克集团市场营销董事八、大宗商品的品牌化 尼克罗·伯拉，加尔伯尼公司市场营销董事九、特许经销：品牌力如何发挥作用 鲁西奴·贝纳通，贝纳通公司总经理十、保护强势品牌 加罗·帕托伊，玛氏公司十一、基于品牌的企业战略和组织结构：斯堪的纳维亚的经历 卡斯特·戴尔曼，锡亚博萨德公司高级合伙人十二、评估品牌价值 米切尔·伯金，英特品牌集团事业集团首席执行官十三、品牌、文化与经营在日本 中部庆次郎，Maruha公司十四、品牌力的未来 约翰·墨菲，英特品牌集团董事长译后记

第一图书网, tushu007.com

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