

<<中国城市品牌价值报告>>

图书基本信息

书名：<<中国城市品牌价值报告>>

13位ISBN编号：9787802214101

10位ISBN编号：7802214106

出版时间：2007-1

出版时间：中国时代经济出版社

作者：连玉明

页数：431

字数：894000

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>

<<中国城市品牌价值报告>>

内容概要

本课题是IUD-北京国际城市发展研究院中长期城市战略研究的核心项目。

本研究报告所涉及的文献、资料、数据、调查和结论，源自北京国际城市发展研究院中国城市品牌价值研究课题组，不代表国家、政府及其附属组织的观点，也不代表北京国际城市发展研究院及其学术委员会成员或者他们所代表的专家组、顾问团以及关联机构的观点。

本研究尚未形成最终结论。

北京国际城市发展研究院对任何机构和个人引用其中资料和信息引起的后果不承担任何责任。

本研究所附资料和信息，并不表示北京国际城市发展研究院的任何部门对任何地区的法律地位的看法

。本研究报告是关于中国城市品牌价值研究的阶段性非保密成果摘要。

IUD中国城市品牌价值研究课题组将定期围绕中国城市品牌价值的基本状况进行定性、定量、定位和定策研究，并陆续公开研究成果。

<<中国城市品牌价值报告>>

书籍目录

第1章 城市品牌概述 1.品牌是什么 1.1 品牌的演进 1.2 品牌的定义 2.城市品牌的基本概念
2.1 关于城市品牌的探讨 2.2 城市即品牌 3.城市品牌价值 3.1 品牌的价值 3.2 基于城市价值的城市品牌研究第2章 中国城市品牌价值评估 1.中国城市品牌价值指数的基本概念 1.1 中国城市品牌价值指数的概念 1.2 指标的选取与测算 1.3 指标的定义与来源 2.中国城市品牌价值指数的计算过程 2.1 评价对象的确定 2.2 “指数”与“相对指数”的概念 2.3 中国城市品牌价值指数的计算方式 3.中国城市品牌价值指数的科学性分析 3.1 城市开放性与复杂性 3.2 城市品牌价值评估与企业品牌价值评估的差异 3.3 中国城市品牌价值指数“四定”分析法及其意义 3.4 中国城市品牌价值指数的科学性和局限性第3章 中国城市品牌价值分析第4章 提升城市品牌价值的解决方案第5章 感动世界的中国品牌城市

<<中国城市品牌价值报告>>

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>