第一图书网, tushu007.com

<<品牌价值评价与管理>>

图书基本信息

书名：<<品牌价值评价与管理>>

13位ISBN编号：9787300142791

10位ISBN编号：7300142796

出版时间：2011-9

出版时间：中国人民大学出版社

作者：王成荣

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

<<品牌价值评价与管理>>

内容概要

《品牌价值评价与管理(第2版)》在解析品牌内涵、总结品牌成长规律的基础上，阐明了品牌价值的来源及构成，揭示了品牌价值是生产者特殊劳动投入与市场及社会的认可度二者相互推动、相互契合的结果，从系统的角度构造了品牌价值模型；针对现有品牌价值评价实践中存在的问题。
建立了品牌价值评价新的概念体系；以收益现值法为基础，吸收成本法的优点，考虑品牌投入和品牌经营风险两个因素，提出了适合中国国情的品牌价值资产化评价方法——双因素评价法；以《金融世界》评价法为参照框架.结合中国市场及品牌特点，提出了用以评价公司品牌价值的Sinobrand评价法；综合品牌生命周期、营销、竞争及不同类型品牌的价值增值特点，建构了品牌价值内部评价模型；提出了与品牌价值增长规律相适应的全过程品牌价值管理的思路，建立了以顾客为导向的品牌价值管理体系。
…《品牌价值评价与管理(第2版)》可作为高校财经类专业研究生用书。
也可作为品牌价值理论研究与专业评估人员、企业中高层管理者、品牌营销与管理人员参考用书。

作者简介

王成荣，管理学博士，二级教授，享受国务院特殊津贴专家。
现任北京财贸职业学院院长，兼任中国企业文化研究会副理事长、中国商业史学会副会长、中国商业联合会专家委员、北京市企业文化建设协会副会长；担任同仁堂、全聚德、长江三峡、翠微百货等公司顾问，北大、清华、人大等高校客座教授。
长期致力于中国特色品牌价值评价理论和企业文化理论与实践的研究，出版《中国名牌论》、《企业文化理论与实践》、《企业文化学》、《企业文化大视野》、《企业文化新思维》等著作20余部，发表学术论文200余篇，主持国家和省部级课题项目18项，为数十家知名企业提供品牌与文化咨询。
曾赴芝加哥大学、爱知大学、香港城市大学、莫斯科大学等作学术访问与交流。
两度荣获全国商业科技进步二等奖、两度荣获北京市哲学社会科学优秀成果二等奖。
是全国优秀教师、北京市高校教学名师，也是北京市“人民教师”提名奖、北京市精神文明建设奖章和北京市先进工作者称号获得者，曾作为中国知识界知名人士代表受到党和国家领导人的接见。

第一图书网, tushu007.com

<<品牌价值评价与管理>>

书籍目录

第一章 品牌经济与品牌价值
导言
第一节 品牌经济
第二节 中国品牌面临全球化的挑战
第三节 品牌价值决定企业竞争力
第二章 品牌解析
导言
第一节 品牌的内涵
第二节 品牌的特征
第三节 品牌的本质属性与核心价值
第四节 品牌的分类
第三章 品牌成长规律
导言
第一节 品牌成长环境分析
第二节 品牌成长规律
第四章 品牌价值的来源及构成
导言
第一节 文献研究与评述
第二节 品牌价值中的“级差地租”现象
第三节 从商品的二因素看品牌价值的来源
第四节 品牌价值的内涵与构成
第五节 品牌价值的动态分析
第五章 品牌价值的提升
导言
第一节 产品创新——品质与适应性同等重要
第二节 营销传播创新——理性认知与情感体验
第三节 服务创新——品牌价值的新增长点
第四节 文化创新——张扬品牌个性
第五节 社会责任的承担
第六章 品牌价值评价体系
导言
第一节 品牌价值评价概念辨析
第二节 品牌价值评价的新概念体系
第七章 品牌价值资产化评价
导言
第一节 品牌价值资产化评价的可行性
第二节 现有方法及其评析
第三节 中国品牌的价值变化规律
第四节 双因素品牌价值资产化评价模型
第五节 双因素评价法模拟评价
第八章 品牌价值社会化评价
导言
第一节 现有方法及其评析
第二节 Sinobrand评价法
第三节 Sinobrand评价法模拟评价示例

第一图书网, tushu007.com

第九章 品牌价值内部评价
导言
第一节 现有研究评述
第二节 基于品牌生命周期的品牌价值评价
第三节 基于不同品牌价值特点的评价
第十章 品牌价值管理
导言
第一节 品牌管理制度与品牌价值管理
第二节 品牌价值管理的模式
第三节 适合中国市场环境的品牌价值管理体系
附录中英文词汇对照表
参考文献
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