

《强势品牌是如何缔造的》

图书基本信息

书名：《强势品牌是如何缔造的》

13位ISBN编号：978750962682X

出版时间：2013-10

作者：清华大学中国企业研究中心,21世纪研究院品牌研究中心

页数：179

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《强势品牌是如何缔造的》

内容概要

如何缔造强势品牌是近几年来国内管理学界和工商业界最热门的话题之一。这不仅因为中国目前已成为世界经济大国，而非经济强国而且因为在中国大多数行业中，日益激烈的国际化竞争导致很多企业寄期望于品牌突围。

中国经济转型仅有30余年中国本土企业真正意义的品牌建设时间则更短，因此大量中国本土企业需要学习和借鉴优秀企业品牌创建的经验。通过不断的学习和实践，像华为、联想、海尔、腾讯淘宝苏宁以及招商银行等一些中国本土优秀品牌开始崭露头角，且这个队伍在不断发展壮大，但这还远远不够。

正是在这样的背景和认知下，清华大学中国企业研究中心、21世纪研究院品牌研究中心专著的《强势品牌是如何缔造的 - - 十佳品牌建设案例》的创意，以便于中国本土企业在品牌创建过程中汲取其他企业的成功经验。在《强势品牌是如何缔造的 - - 十佳品牌建设案例》的编写过程中，21世纪研究院品牌研究中心在中国最佳品牌建设案例评选活动中精心挑选出了10家获奖企业，并请它们提供素材清华大学中国企业研究中心则负责组织编写再由企业审核，最后交由经济管理出版社编辑出版。本书的目标是为寄希望于品牌突围的中国本土企业提供有价值的参考。

《强势品牌是如何缔造的》

作者简介

清华大学中国企业研究中心是隶属于清华大学经济管理学院的一个研究型机构，该机构的研究人员是来自清华大学和其他大学企业管理领域的教授、博士研究生，以及政府部门和企业界的管理专家。该中心的宗旨是要成为中国企业管理研究的理论阵地，通过开放式研究平台，引导国内外学者和企业家关注中国企业管理问题，要加强国内外的学术交流与合作，以便促进中国企业管理研究水平的提高，要传播管理理论的研究成果和企业实践的成功经验，推动中国企业改革和管理的现代化进程。21世纪研究院品牌研究中心是21世纪报系和Interbrand公司联合发起，由品牌咨询机构、品牌专家、高等院校、企业、媒体等共同参与成立的全国性社会团体组织。其旨在对中国品牌建设行为进行有效研究，寻找中国品牌建设的路径与方法推动中国品牌的健康成长，提升中国品牌的国际竞争力。该中心将不定期地出版相关书籍、研究报告召开学术研讨会、专业人员培训等活动，并协助举办“中国品牌价值管理论坛、中国最佳品牌建设案例评选”为政府、企业、专家、学者、媒体提供一个品牌对话、品牌交流的高端平台。

《强势品牌是如何缔造的》

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:www.tushu000.com