

《WTO入世与商标战略》

图书基本信息

书名：《WTO入世与商标战略》

13位ISBN编号：9787800048500

10位ISBN编号：7800048500

出版时间：2001-1

出版社：中国对外经济贸易

作者：陆穗峰编

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

《WTO入世与商标战略》

内容概要

入世与商标战略，ISBN：9787800048500，作者：陆穗峰编

《WTO入世与商标战略》

作者简介

陆穗峰，1940年8月生于浙江省平湖县，1964年毕业于浙江农业大学，同年9月分配到中国粮油食品进出口总公司工作。曾在商标管理部门任副总经理、总经理；《中华商标》编委。现任中华商标协会会员、中国知识产权研究会外经贸分会副理事长、《商标研究与交流》编委。

陆穗峰先生对于商标理论及其商标战略策略颇有研究，撰写并在《中华商标》、《商标研究与交流》、《国际商报》等报刊上发表了大量的文章；正式出版过《出口商品商标管理》和《入世与商标战略》等。

《WTO入世与商标战略》

书籍目录

形势篇 第一讲 经济全球化 一、何谓经济全球化 二、经济全球化的主要特征 三、机遇与挑战 第二讲 加入世贸组织 一、何谓WTO 二、WTO成员的权利和义务 三、“入世”利弊面面观 第三讲 “入世”与知识产权保护 一、何谓Trips 二、对Trips的评价 三、Trips与我国知识产权保护 第四讲 我国商标工作现状 一、概况 二、外贸企业商标 三、提高认识是当务之急 认识篇 第五讲 认识商标 一、商标的由来和发展 二、我国商标与汉字文化 三、什么是商标 四、商标的法规 五、商标的称谓 六、名牌与“品牌” 七、名版与质量 第六讲 企业当有商标 一、商标在市场竞争中的作用 二、商标在宣传广告上独特的作用 三、商标在“三位一体”策略上的地位 四、商标是企业重要的无形资产 五、商标与企业的发展前景 六、商标与企业人格 七、商标与生存空间 第七讲 读解商标信誉和知名度 第八讲 学点创版原理对策篇 第九讲 商标战略的制定 第十讲 商标战略的实施 第十一讲 老企业商标的改进策略 希望篇 第十二讲 宣传教育工作 第十三讲 发挥社会团体的作用 第十四讲 政府的支持和扶植 后记 参考文献

《WTO入世与商标战略》

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