

<<品牌国际化战略>>

图书基本信息

书名：<<品牌国际化战略>>

13位ISBN编号：9787309037456

10位ISBN编号：7309037456

出版时间：2003-9

出版时间：复旦大学出版社

作者：韩中和

页数：308

字数：250000

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>

<<品牌国际化战略>>

内容概要

本书共有十二章。

围绕现代企业实施品牌国际化战略，主要探讨竞争优势与品牌资产的关系，创建品牌形象，实施国际化过程中的跨文化沟通，品牌国际化中的营销策略等问题。

本书还针对中国企业的特点，针对我国企业实施品牌国际化中的主要问题作了探讨，对中国企业在实施品牌国际化过程中的难点问题提出了作者个人的想法，以期达到抛砖引玉的作用。

<<品牌国际化战略>>

书籍目录

第一章 中国品牌国际化战略? 一、品牌国际化的意义 二、知名品牌国际化的发展 三、中国企业国际竞争力 四、中国企业品牌国际化的意义第二章 品牌战略与竞争优势? 一、竞争优势源泉的变化 二、品牌资产与竞争优势 三、基于品牌战略的营销? 四、建立国际品牌的竞争优势?第三章 塑造整体品牌形象 一、企业形象的意义? 二、企业形象设计? 三、从企业形象走向品牌形象 四、长期的课题?第四章 品牌国际化中的跨文化沟通? 一、跨文化研究及其意义? 二、不同文化差异的管理方式? 三、实施有效的跨文化管理 四、中国企业的跨文化运作第五章 品牌国际化与进入方式? 一、直接投资? 二、契约进入方式? 三、合资经营 四、战略联盟? 五、世界知名品牌企业中国市场的进入策略? 六、中国企业跨国经营的跨越式发展模式第六章 国际产品策略? 一、适应性产品? 二、差异化产品? 三、高质量产品? 四、创新性产品第七章 国际广告策略 一、国际广告中的标准化与地方化 二、媒体决策? 三、锁定品牌宣传的广告运作?第八章 日美分销渠道及渠道的适应性 一、国际分销渠道概述? 二、美国的流通渠道 三、美国零售业态的创新 四、日本传统的分销系统 五、日本流通渠道的变革 六、日本企业进入美国市场的渠道选择 七、跨国渠道的适应性与变革第九章 贴牌生产与创建国际品牌? 一、关于贴牌生产的背景? 二、日本企业贴牌生产三步走 三、从贴牌生产走向创建品牌 四、我国企业创建自有品牌的步骤第十章 品牌宣传与国际展览会? 一、关于展会的理论研究? 二、展会对于信息的影响 三、国际展会的选择? 四、中国企业参加国际博览会的若干问题第十一章 全球品牌管理? 一、品牌商标的法律保护? 二、民族品牌保护问题? 三、品牌危机管理? 四、面向全球化的品牌管理?第十二章 从中国制造到中国品牌 一、中国制造的转折点? 二、中国企业品牌国际化面临的问题 三、中国企业品牌国际化的课题?主要参考书目

<<品牌国际化战略>>

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:<http://www.tushu007.com>