

<<品牌文化>>

图书基本信息

书名：<<品牌文化>>

13位ISBN编号：9787509613115

10位ISBN编号：7509613116

出版时间：2013-1

出版时间：经济管理出版社

作者：刘光明

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>

<<品牌文化>>

内容概要

《品牌文化》讲述一个国家或一个地区拥有商标的数量，特别是驰名商标的数量，标志着这个国家或地区商品经济发展的程度和经济实力。

世界上发达国家就是靠驰名商标、驰名品牌树立起自己的经济形象的。

已经拥有一定知名度产品品牌的企业，应当在企业内部建立智囊团，因为这些企业的规模一般比较大，如果决策失败，导致的损失就十分巨大甚至无法收拾。

对于这些企业来说，建立自己的调查机构或咨询机构是必要的。

在人员的组成方面，可根据企业的情况，吸收科研机构、大学研究机构的专家参加。

当前国际企业界，如美国、日本等国的大公司都有自己的调查研究和咨询机构，依靠这些机构对国内外的市场动态做出尽可能科学的分析。

又如1996年成立于广东省东莞市的华坚集团十几年创造了20几个女鞋品牌，也是依靠自己的调查研究和咨询机构。

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>