

《中小企业战略品牌管理研究——聚焦品牌资产》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2013年01月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787509620489

内容简介

《中小企业战略品牌管理研究——聚焦品牌资产》由张梦霞著，全书以品牌资产管理为核心，以北京市中小企业为例，分六个部分进行了案例分析和理论探讨。具体地，第一部分界定了北京中小企业的内涵及行业结构特点和北京市政府针对北京中小企业发展提供的政策支持和导向。第二部分基于顾客的品牌资产金字塔模型分析，比较了顾客资产与品牌资产的区别与联系，通过实证研究探索品牌资产客户购买倾向的影响，分析了以品牌个性为驱动因素的消费者品牌偏好、品牌态度、品牌忠诚和品牌购买倾向特征。第三部分精选了北京七个老字号进行品牌营销调研与品牌资产状况诊断，分别对七个案例进行了横向和纵向的比较分析。第四部分基于品牌资产理论对中外品牌营销策略做了比较研究，并选择了化妆品行业的两个中外品牌进行比较性案例分析和实证研究。第五部分对国内外品牌资产排行榜做了较详细的分析。第六部分进行了品牌资产测度研究。

作者简介

1983年毕业于北京师范大学数学系，获理学学士学位；1995年毕业于法国普瓦捷大学商学院，获管理学(2AAE—DESS硕士学位；1997年毕业于法国格勒诺布尔第二大学LIPMF，获法国DEA(博士预科)硕士学位；2001年在该校获法国管理学(市场营销学专业)博士学位，并获“*博士论文兼学术委员会祝贺”荣誉；留法期间曾两次入选国家教育部访问学者；2011~2012年获教育部中加学者项目资助在加拿大HECMontreal从事合作研究。曾在首都经济贸易大学基础课部数学室主讲应用数学，现为该校工商管理学院市场营销系教授、博士研究生导师。兼任法国国家科学研究中心管理学应用与研究中心(CERAGUMR CNRS5820)研究员、美国营销科学会(AMS)会员、中国市场学品牌专业委员会副主任、首都企业改革与发展研究会副秘书长等；为法国雷恩高商ESCde Rene EMBA和DBA项目主讲教授、博士生导师，法国格勒诺布尔高商ESC deGrenobleDBA项目博士生导师，法国蒙博利埃第一大学、法国UPMF等大学研究生项目外聘主讲教授。研究领域包括：计量市场营销学、奢侈品消费者行为学、营销研究、战略品牌管理、服务营销等。先后在国内权威或核心学术期刊发表论文40余篇，代表性学术著作有：《中国消费者购买行为的文化价值观动因研究——数量模型与政策建议》、《女性价值观与购买行为》、《全球化中的中国》(法语)等。主持了多项国家社科、教育部等基金项目。2003年获北京市优秀人才培养专项经费资助；2005年被评为北京市优秀青年骨干教师，并入选北京市优秀创新团队；2009年入选北京市属高校人才强教深化计划暨“创新人才建设(学术)计划”。主编的《市场营销学》为国家“十二五”规划教材。

[显示全部信息](#)

目录

第1章 总论

1.1 北京中小企业的界定及行业结构特点

1.1.1 北京中小企业的界定

1.1.2 行业结构特点

1.2 北京中小企业品牌建设的必要性、存在的问题和政策导向

1.2.1 北京中小企业品牌建设的必要性

1.2.2 北京中小企业发展及品牌建设中的问题

1.2.3 支持中小企业品牌建设的政策导向

第2章 品牌和品牌资产理论与研究

2.1 品牌与品牌属性

2.1.1 品牌的界定

2.1.2 品牌的属性

2.2 品牌资产

2.2.1 品牌资产的界定

[显示全部信息](#)

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.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)