

基于利益相关者价值承诺的品牌价值创造机理研究



作者：张焱著

出版社：北京：中国经济出版社

出版日期：2012. 12

总页数：303

介绍：为利益相关者创造价值，自己也能从中获得价值的一种“承诺”。因此，品牌塑造过程本质上就是为利益相关者创造价值的过程……作者从利益相关者价值承诺的视角，深入剖析了品牌价值创造机理，对利益相关者价值承诺与企业绩效的相关关系进行了实证研究，建构了利益相关者感知的品牌价值承诺维度及测量量表，并对企业文化、价值承诺与品牌成长的关系进行了案例研究，最后提出了基于利益相关者价值承诺的全面品牌管理策略与方法。

说明：登录教客网 (<https://www.jiaokey.com/book/detail/13329382.html>) 查找全本阅读方式

基于利益相关者价值承诺的品牌价值创造机理研究 评论地址：

<https://www.jiaokey.com/book/detail/13329382.html>

教客网提供千万本图书阅读地址。

<https://www.jiaokey.com/book/detail/13329382.html>

书名：基于利益相关者价值承诺的品牌价值创造机理研究