



Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie -Umsetzung - Controlling



Download



Online Lesen

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie - Umsetzung - Controlling

Christoph Burmann, Tilo Halaszovich, Michael Schade, Frank Hemmann

Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie - Umsetzung - Controlling Christoph Burmann, Tilo Halaszovich, Michael Schade, Frank Hemmann

 [Download Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - S ...pdf](#)

 [Online lesen Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - ...pdf](#)

Downloaden und kostenlos lesen Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie - Umsetzung - Controlling Christoph Burmann, Tilo Halaszovich, Michael Schade, Frank Hemmann

348 Seiten

Kurzbeschreibung

Dieses Lehrbuch liefert einen theoretisch fundierten und gut verständlichen Überblick über die identitätsbasierte Markenführung. Dabei stehen die Gestaltung der Markenidentität als interne Seite einer Marke und das hieraus extern resultierende Markenimage bei den Nachfragern im Mittelpunkt. Die gute Anwendbarkeit der identitätsbasierten Markenführung wird anhand zahlreicher anschaulicher Praxisbeispiele belegt. **In der 2. Auflage** wurde dieser Ansatz weiterentwickelt. Neu hinzugekommen ist auf Grund der hohen Verhaltensrelevanz und Prognosegüte das Brand Attachment als zentrale psychografische Zielgröße. Aktuelle Entwicklungen – z.B. die Markenführung im digitalen Zeitalter, im eCommerce und in der Multi-Channel-Distribution – wurden zusätzlich aufgenommen. Die Kapitel zur Online-Kommunikation und zur identitätsbasierten Markenführung in sozialen Medien wurden erheblich überarbeitet. Darüber hinaus wurden neue Kapitel zum identitätsbasierten Markenschutz und zur internationalen Markenführung ergänzt. **Der Inhalt-** Grundlagen der identitätsbasierten Markenführung- Das Konzept der identitätsbasierten Markenführung- Strategisches Markenmanagement- Operatives Markenmanagement- Identitätsbasiertes Markencontrolling- Identitätsbasierter Markenschutz- Internationale identitätsbasierte Markenführung

Buchrückseite

Dieses Lehrbuch liefert einen theoretisch fundierten und gut verständlichen Überblick über die identitätsbasierte Markenführung. Dabei stehen die Gestaltung der Markenidentität als interne Seite einer Marke und das hieraus extern resultierende Markenimage bei den Nachfragern im Mittelpunkt. Die gute Anwendbarkeit der identitätsbasierten Markenführung wird anhand zahlreicher anschaulicher Praxisbeispiele belegt. **In der 2. Auflage** wurde dieser Ansatz weiterentwickelt. Neu hinzugekommen ist auf Grund der hohen Verhaltensrelevanz und Prognosegüte das Brand Attachment als zentrale psychografische Zielgröße. Aktuelle Entwicklungen – z.B. die Markenführung im digitalen Zeitalter, im eCommerce und in der Multi-Channel-Distribution – wurden zusätzlich aufgenommen. Die Kapitel zur Online-Kommunikation und zur identitätsbasierten Markenführung in sozialen Medien wurden erheblich überarbeitet. Darüber hinaus wurden neue Kapitel zum identitätsbasierten Markenschutz und zur internationalen Markenführung ergänzt. **Der Inhalt-** Grundlagen der identitätsbasierten Markenführung- Das Konzept der identitätsbasierten Markenführung- Strategisches Markenmanagement- Operatives Markenmanagement- Identitätsbasiertes Markencontrolling- Identitätsbasierter Markenschutz- Internationale identitätsbasierte Markenführung

Die Autoren

Prof. Dr. Christoph Burmann ist Inhaber des Lehrstuhls für Innovatives Markenmanagement (LiM) an der Universität Bremen. Dr. Tilo Halaszovich ist Habilitand am Lehrstuhl für Internationales Management und Governance (IMG) an der Universität Bremen. Dr. Michael Schade ist Habilitand am Lehrstuhl für Innovatives Markenmanagement (LiM) an der Universität Bremen. Frank Hemmann ist Doktorand am Lehrstuhl für Innovatives Markenmanagement (LiM) an der Universität Bremen. Über den Autor und weitere Mitwirkende

Prof. Dr. Christoph Burmann ist Inhaber des Lehrstuhls für Innovatives Markenmanagement (LiM) an der Universität Bremen. Dr. Tilo Halaszovich ist Habilitand am Lehrstuhl für Internationales Management und Governance (IMG) an der Universität Bremen. Dr. Michael Schade ist Habilitand am Lehrstuhl für Innovatives Markenmanagement (LiM) an der Universität Bremen. Frank Hemmann ist Doktorand am Lehrstuhl für Innovatives Markenmanagement (LiM) an der Universität Bremen.

Download and Read Online Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie - Umsetzung - Controlling Christoph Burmann, Tilo Halaszovich, Michael Schade, Frank Hemmann #D6NHGFJMYOC

Lesen Sie Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie -Umsetzung - Controlling von Christoph Burmann, Tilo Halaszovich, Michael Schade, Frank Hemmann für online ebook
Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie -Umsetzung - Controlling von Christoph Burmann, Tilo Halaszovich, Michael Schade, Frank Hemmann Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen
Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie -Umsetzung - Controlling von Christoph Burmann, Tilo Halaszovich, Michael Schade, Frank Hemmann Bücher online zu lesen.
Online Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie -Umsetzung - Controlling von Christoph Burmann, Tilo Halaszovich, Michael Schade, Frank Hemmann ebook PDF herunterladen
Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie -Umsetzung - Controlling von Christoph Burmann, Tilo Halaszovich, Michael Schade, Frank Hemmann Doc
Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie -Umsetzung - Controlling von Christoph Burmann, Tilo Halaszovich, Michael Schade, Frank Hemmann Mobipocket
Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie -Umsetzung - Controlling von Christoph Burmann, Tilo Halaszovich, Michael Schade, Frank Hemmann EPub