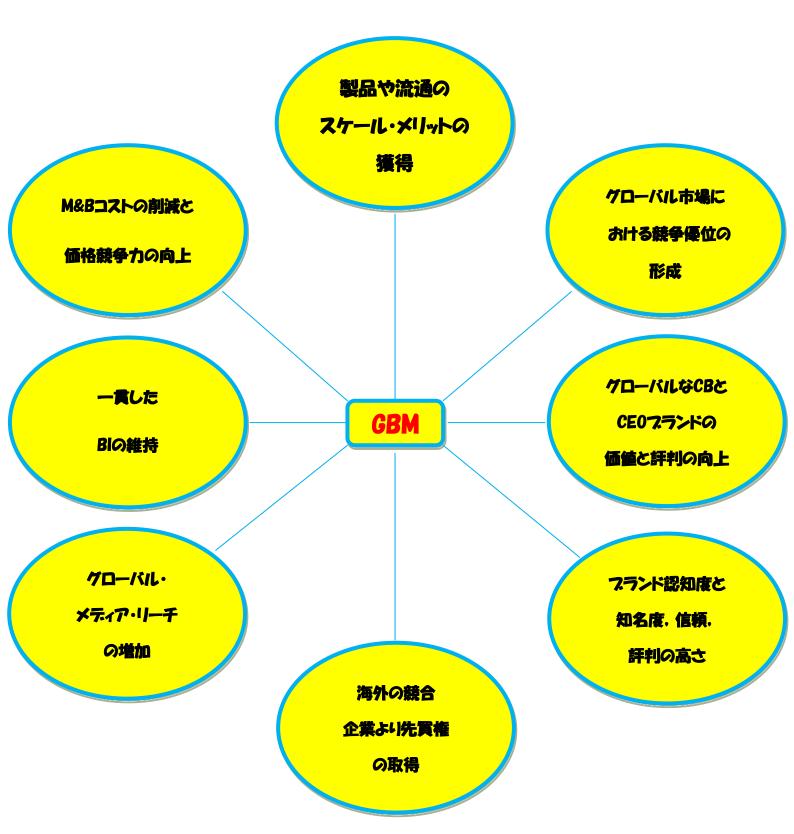
図 1 グローバル・ブランド確立におけるメリット



注:M(Marketing), B(Branding), Bl(Brand Identity), CB(Corporate Brand), GBM(Global Brand Management)

出所:筆者作成

企業ブランド・ マネジメント戦略

-CEO・企業・製品間のブランド価値創造のリンケージ-

徐 誠敏[著]

Management

Strategy

Corporate

ブランド競争力を高める!

「CEO にとって企業ブランド・マネジメントのための良質なガイドブック」 中央大学大学院戦略経営研究科教授 田中 洋

「新たな企業ブランド・マネジメント戦略のあり方を解明し展望する」

中央大学商学部教授 三浦俊彦