

中小企業にも適用可能なインターナル・ブランディング & チームブランディングの重要性とその戦略的な取組事例

—技術と感性を融合したクリエイター型企业、本多プラスの事例を中心に—



上記のようなテーマに関する講演会・セミナー・資料にご興味・ご関心のある方は下記の宛先にお気軽にお問い合わせください^^

ssmkorjp@gmail.com
www.ssm-gcbm.com/

中央大学商学部兼任講師 兼
企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 代表

徐 誠敏
ソ ソンミン



論文の目次

**中小企業にも適用可能な「ブランド創発型企业」を創るための
インターナル・ブランディング & チームブランディングの
重要性とその戦略的な取組事例**

—技術と感性を融合したクリエイター型企业、本多プラスの事例を中心に—

1. インターナル・ブランディングの定義



2. インターナル・ブランディングとエクスターナル・ブランディングの整合性

3. インターナル・ブランディングの重要性



4. インターナル・ブランディングの戦略的な取り組み事例



5. 総括



韓国企業のグローバル・マーケティング戦略を徹底解剖する

—サムスン電子のカメレオン型現地適合化戦略を中心に—



上記のようなテーマに関する講演会・セミナー・資料に
ご興味のある方は下記の宛先
お気軽にお問い合わせください^^

ssmkorjp@gmail.com
www.ssm-gcbm.com/



中央大学商学部兼任講師 兼
企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 代表

徐 誠敏
ソ ソンミン





サムスン電子のグローバル・マーケティング (カメレオン型現地適合化)戦略に関する講座・講演会・セミナー

【教材の目次】

- 第1章 韓国の「グローバル化」推進の背景及び、「グローバル化」に対するコミットメント**
 - 1. 韓国ならではの特徴（韓国のグローバル化推進の背景と、韓国男性が軍隊から学ぶスピリット）
 - 2. 国際感覚を養うための韓国の教育
 - 3. 真のグローバル化とは
 - 4. 日本企業は新興国市場になぜ弱いのか
- 第2章 「ものづくり重視の日本企業」 vs 「マーケティング重視の韓国企業」**
 - 1. 日韓企業のマーケティングに対する認識の違い
 - 2. 韓国企業の全社的かつ戦略的マーケティングの取り組みとその考え方
 - 3. 「ものづくり競争力」と「市場づくり競争力」のハイブリッド戦略
- 第3章 サムスン電子の競争力の発展プロセス**
 - 1. サムスンの沿革
 - 2. サムスン電子のイノベーション史
 - 3. サムスン電子の成功要因
- 第4章 1990年代後半以降の、サムスン電子におけるグローバル・マーケティング戦略**
 - 1. 背景と問題意識(なぜカメレオン型現地適合化戦略が重要なのか)
 - 2. サムスン電子のグローバル・マーケティングを支える「地域専門家制度」の役割と利点
 - 3. 李健熙会長の迅速な意思決定力と、重要な経営判断を補佐するサムスンの参謀組織の役割と変遷過程
 - 4. サムスン電子の「グローバル・マーケティング室」の役割と、サムスン電子の緻密なブランド・マネジメント
- 第5章 アジア新興国市場における、サムスン電子のカメレオン型現地適合化戦略**
 - 1. 製品づくりにおける、インド・中東・ロシア・中国・アフリカ・タイ市場のカメレオン型現地適合化戦略
 - 2. マーケティングにおける、インド・ロシア市場のカメレオン型現地適合化戦略
- 第6章 サムスンの強みと弱み、残された課題とは**
- 第7章 総括**
 - 1. 本講座の総括
 - 2. 日本企業が今後取り組むべき、カメレオン型現地化戦略の在り方の提言

お電話でのお問い合わせ Tel

 **090-6137-1579**

お問い合わせメールアドレス
ssmkorjp@gmail.com



企業のグローバルな競争力と価値向上のための

徐誠敏の企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 & 日・韓企業のマーケティングとブランディングのコンサルティング

一生、知的好奇心の
アウトバウンを
走り続ける!

徐 誠敏(ソ ソンミン)の出張講演会・セミナー・ミニ勉強会のキーワード

お問い合わせメールアドレス

ssmkorjp@gmail.com

下記のようなテーマに関する講演会・
セミナー・資料にご興味・ご関心の
ある方は、上記の連絡先にお気軽に
お問い合わせください^^



ホームページ

<http://www.ssm-gcbm.com/>

お電話でのお問い合わせ Tel

☎ 090-6137-1579

「サムスン電子のグローバル・マーケティング戦略の徹底解剖」

「サムスン電子のカメレオン型現地適合化戦略の徹底解剖」

「韓国企業の新興国ボリウムゾーン・マーケティング戦略の徹底解剖」

「日韓企業のものづくり競争力と市場づくり競争力のバランス戦略の徹底解剖」

「中小企業にも適用可能な「ブランド創発型企业」を創出するための
インターナル・ブランディング & チームブランディングの重要性とその戦略的取り組み事例の徹底解剖」

「企業価値を高めるための企業ブランド・マネジメント戦略の徹底解剖」

「CEOブランドの戦略的競争優位性」「K-popマーケティング戦略の徹底解剖」等々



新興国市場における韓国企業の グローバル・マーケティング戦略

—現地適合化戦略の先にある「新興国ボリュームゾーン・マーケティング戦略」に着目して—



上記のようなテーマに関する講演会・セミナーに
ご興味のある方は下記の宛先に
お気軽にお問い合わせください^^

ssmkorjp@gmail.com

www.ssm-gcbm.com/

中央大学商学部兼任講師 兼
企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 代表

徐 誠敏

ソ ソンミン





徐誠敏のプロフィール



中央大学商学部 兼任講師 兼 静岡産業大学情報学部兼任講師
一般財団法人 ブランド・マネージャー認定協会 アドバイザ
企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 &
日韓企業のマーケティングとブランディングのコンサルティング 代表

「中小企業にも適用可能なインターナル・ブランディング & チームブランディング」
「韓国企業のものづくり競争力と市場づくり競争力のバランス戦略」
「サムスン電子のグローバルマーケティング(カメレオン型現地適合化)戦略」
に関する講座・講演会・セミナー 代表講師



■ 2010年3月 中央大学大学院商学研究科 博士課程修了
(商学博士：中央大学 商博甲第49号)

■ 研究分野：マーケティング論、グローバル・マーケティング、企業ブランド・マネジメント論、
(インターナル・ブランディング、チームブランディング、ブランド・マネージャー
養成)、中小企業論、ベンチャー・ビジネス論、経営戦略論など

<主な論文・著書>

・ 2007年

「企業ブランド研究の現状と課題」

出版者：『企業研究』第11号

雑誌名：中央大学企業研究所

・ 2008年

「マーケティングにおけるブランド概念に関する研究の発展プロセス—研究史的考察を中心に—」

出版者：中央大学大学院研究年報編集委員会

雑誌名：『中央大学大学院研究年報』

・ 2008年

「企業ブランド・マネジメントの深層的なメカニズムに関する理論的研究—統合的な視点を中心に—」

【特集】「企業の戦略とマーケティング」

出版者：『企業研究』第13号 雑誌名：中央大学企業研究所



amazon.co.jp



徐誠敏のプロフィール



中央大学商学部 兼任講師 兼 静岡産業大学情報学部兼任講師
一般財団法人 ブランド・マネージャー認定協会 アドバイザ
企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 &
日韓企業のマーケティングとブランディングのコンサルティング 代表

「中小企業にも適用可能なインターナル・ブランディング & チームブランディング」
「韓国企業のものづくり競争力と市場づくり競争力のバランス戦略」
「サムスン電子のグローバルマーケティング(カメレオン型現地適合化)戦略」
に関する講座・講演会・セミナー 代表講師



amazon.co.jp

＜主な論文・著書＞

- ・ 2009年
「インターナル・ブランディングの戦略的活用に関する研究
—企業ブランドの形成・定着を中心に—」
出版者：中央大学大学院研究年報編集委員会
雑誌名：『中央大学大学院研究年報』
- ・ 2010年
「企業ブランド研究の現状と課題—日韓企業の全社横断的企業ブランド・マネジメント
専門組織を中心に—」
出版者：富士ゼロックス小林 節太郎記念基金
雑誌名：『富士ゼロックス小林 節太郎記念基金 2008年度研究助成論文』
- ・ 2010年
「戦略的企業ブランド・マネジメントに関する研究の理論と実践—ブランド価値層オズを
めぐる 深層的なメカニズムの解明—」
出版者：中央大学出版部
博士学位論文
国立国会図書館蔵書



徐誠敏のプロフィール



中央大学商学部 兼任講師 兼 静岡産業大学情報学部兼任講師
一般財団法人 ブランド・マネージャー認定協会 アドバイザ
企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 &
日韓企業のマーケティングとブランディングのコンサルティング 代表

「中小企業にも適用可能なインターナル・ブランディング & チームブランディング」
「韓国企業のものづくり競争力と市場づくり競争力のバランス戦略」
「サムスン電子のグローバルマーケティング(カメレオン型現地適合化)戦略」
に関する講座・講演会・セミナー 代表講師



＜主な論文・著書＞

・2010年

『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—』
出版社：創成社

・2012年

「先進国市場と新興国市場におけるサムスン電子の躍進要因に関する研究—デザイン力、グローバル・マーケティング力、グローバル・ブランドの革新期に着目して—」
出版社：富士ゼロックス小林 節太郎記念基金
雑誌名：『富士ゼロックス小林 節太郎記念基金 2008年度研究助成論文』
国立国会図書館蔵書



amazon.co.jp

・2013年11月 出版予定(共同翻訳)

『国家ブランドの戦略的マネジメントの理論と事例(仮)』 「第1章 国家ブランディングの妥当性と範囲、発展—国家事例研究—発展するブランド 南アフリカ」
出版社：中央大学出版部

・2014年 出版予定(協力執筆)

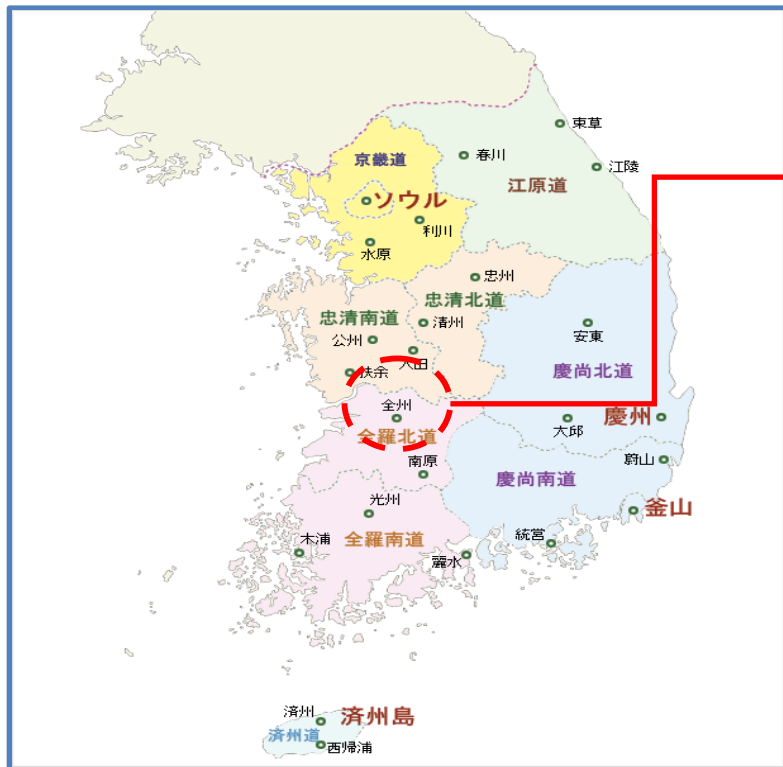
『社員をホンキにさせるブランド構築法』 全社員参加型のインターナル・ブランディングとチームブランディングの重要性とその戦略的取り組み
出版社：日本実業出版社



徐誠敏のプロフィール



国籍：韓国 全州市(ビビンバの本場、少女時代のリーダーテヨンとユンソナも同様)



全州市(チョンジュシ)は、
大韓民国全羅北道中部の市。

道庁所在地

全州ビビンバで有名

歴史と伝統が沢山残っているので、観光客が多く訪ねている。

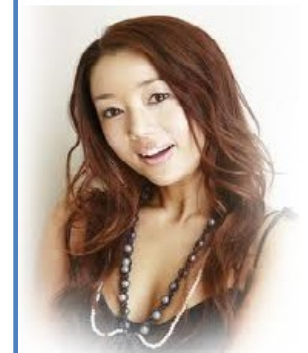
特に韓国の古い家々が多く、
昔から味の都と呼ばれる。
全州の食べ物は韓国の中でも
最高の味を自慢し、全州の人の味
覚のレベルは高いと言われる。

姉妹都市

米国カリフォルニア州サン・
ディエゴ、中国江蘇省蘇州市、
日本石川県金沢市



テヨン(K-pop歌手)



ユンソナ(タレント)



韓国全州市の代表的グルメ(全州ビビンバ)



美味しい食べ物が沢山ある全州の名物中でもビビンバは、世界に誇る食べ物である。
安くておいしい、いわば「**モジュール型の食事**」である。
地域ごとに組み合わせ方は異なる。

使うご飯は麦飯でもいいし、他国の米でもいい。載せる具も決まっているわけではなく、
卵、ホウレンソウ、ハクサイ、ニンジンなど種類を問わない。
その土地ごとに、季節ごとに、安価で新鮮な食材を使えばいい。



出所 : http://english.visitkorea.or.kr/enu/FU/FU_EN_15.jsp?cid=904755(2013年6月16日確認)。
<http://www.yonhapnews.co.kr/international/2009/12/21/0601090100AKR20091221207200072.HTML>(2013年6月16日確認)。
<http://news.ichannela.com/list/3/all/20130214/53027287/1>(2013年6月16日確認)。



1994年10月20日 ソロアルバム発売^^





◆ 徐誠敏(ソソンミン)が軍隊から学ぶもの



①強い責任感とリーダーシップ

②強い忍耐力

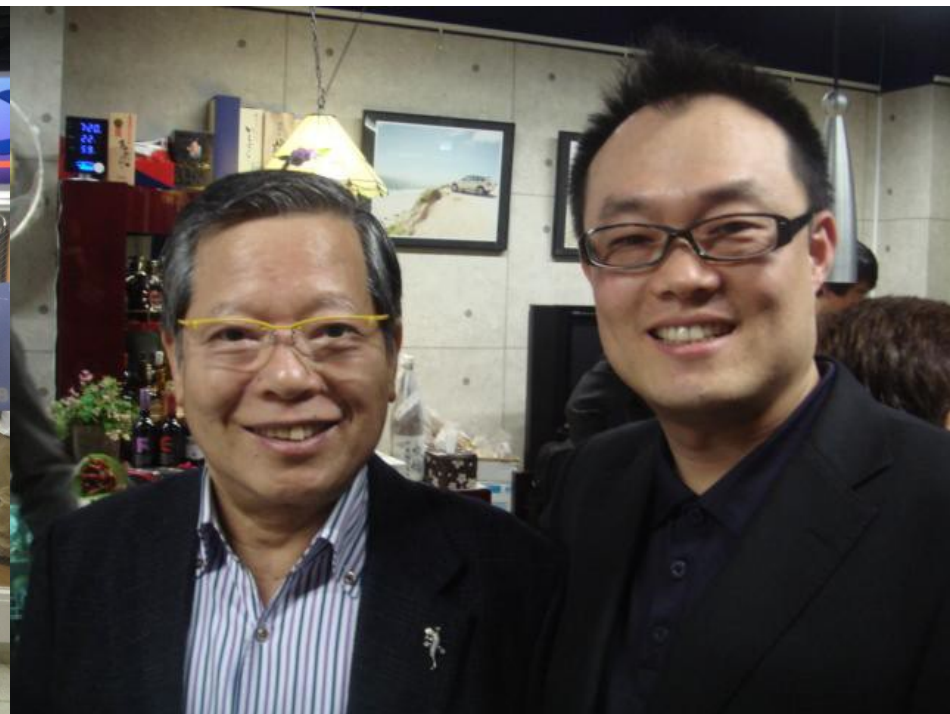
③強靱な体力づくり

④状況判断力

⑤明確な上下関係の意識

⑥愛国心と家族愛の向上、





写真の左側：QBハウス創業者 小西国義 氏

写真の右側：私(徐誠敏)

ssmkorjp@gmail.com
www.ssm-gcbm.com/



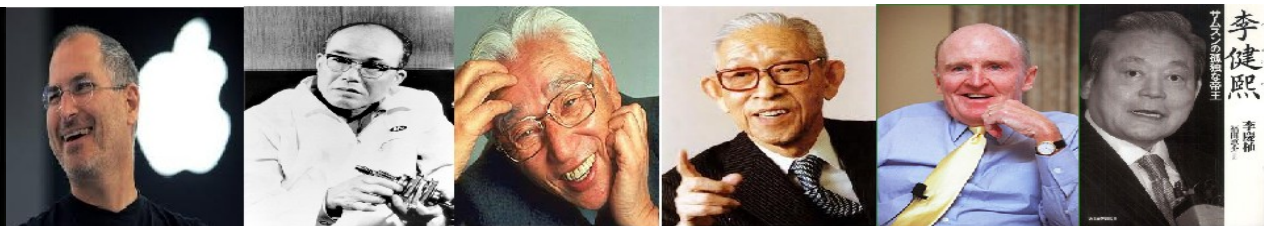
中央大商学部兼任講師 兼 静岡産業大学情報学部兼任講師
 一般財団法人 ブランド・マネージャー認定協会 アドバイザ
 企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 代表
 サムスン電子のグローバルマーケティング(カメレオン型現地適合化)戦略
 に関する講座・講演会・セミナー 代表講師



徐 誠敏(ソ ソンミン)

【徐誠敏の著書】

徐誠敏[2010] 『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』 創成社。



日本の消費者行動論、マーケティング論、ブランド戦略論の権威
中央大学大学院戦略経営研究科
田中洋 教授の推薦メッセージ
「CEOにとって企業ブランド・マネジメント
のための良質のガイドブック」



中央大学商学部
三浦俊彦 教授の推薦メッセージ
「新たな企業ブランド・マネジメント戦略を展望する」

amazon.co.jp

<http://www.amazon.co.jp/dp/4794423500>



【徐誠敏の著書】

徐誠敏[2010] 『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—』 創成社。

【目次】

第1部

企業ブランド・マネジメントへの理論的アプローチ

第1章：ブランド概念に関する研究の発展プロセス—全社的かつ統合的な視点に向けて—

第2章：企業ブランド研究の現状と課題—日・韓企業の全社横断的企業ブランド・マネジメント専門組織を中心として—

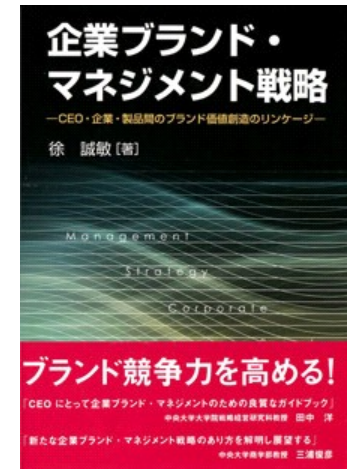
第3章：企業ブランド・マネジメントの深層的なメカニズムに関する研究—統合的な視点(Integrated Perspective)を中心として—

第2部

企業ブランド・マネジメントへの実践的アプローチ

第4章：CEOブランドの戦略的競争優位性に関する研究—Appleのスティーブ・ジョブズの事例を中心として—

第5章：インターナル・ブランディングの戦略的活用に関する研究—企業ブランドの形成・定着を中心として—





徐誠敏の著書

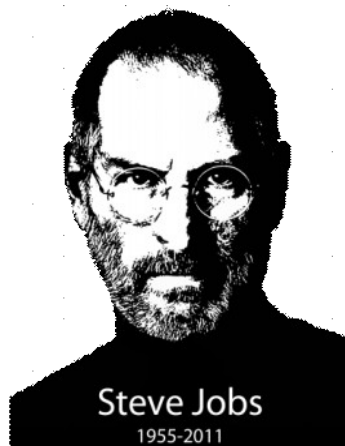


徐誠敏[2010] 『企業ブランド・マネジメント戦略—CEO・企業・製品間のブランド価値創造のリンケージ』 創成社。



CEOブランド、企業ブランド、製品ブランド間の相関関係を解明した
『企業ブランド・マネジメント戦略書』

代表的なCEOブランド

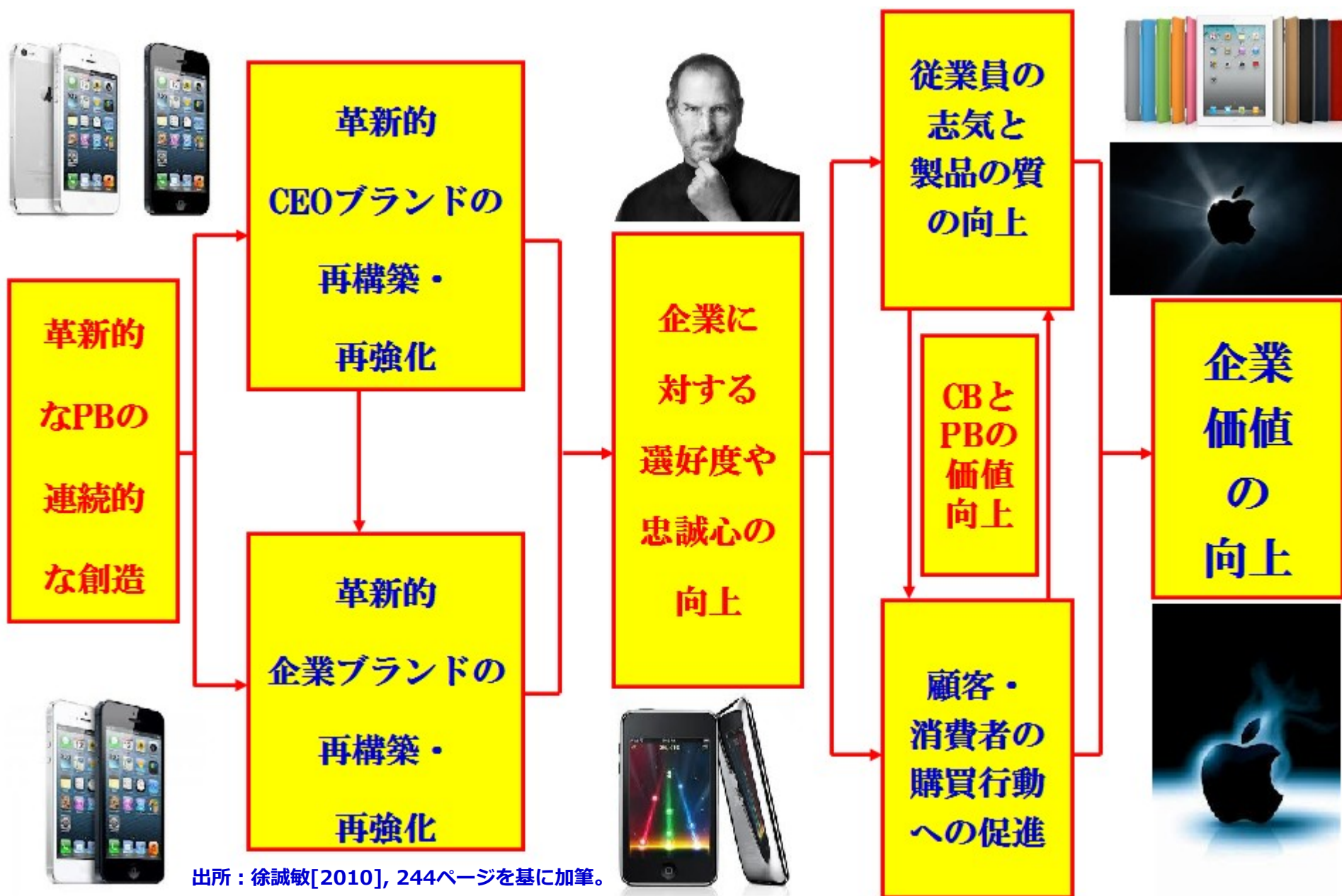


Appleのスティーブジョブズ、サムスンの李健熙(イゴンヒ)、Panasonicの松下幸之助

CEOブランドの定義

CEOブランドとは「企業のCEOが有する卓越した資質と能力、とりわけリーダーシップとコミュニケーション能力を発揮し、実質的な企業価値の向上に大いに貢献した結果、競合他社と異なる自社独自の企業ブランドの差別的な優位性を生み出すと同時に、組織内部と外部のステークホルダーにさまざまな側面において多大な影響を与えることにより、一種のパーソナル・ブランドとしての役割を果たす企業の最高経営者」を指す。

CEOブランド、企業ブランド、製品ブランド間の相互補完関係





徐誠敏[2010] 『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—』 創成社。

本書の推薦文

ブランド論はここ20年ほどの間、マーケティング論におけるもっとも重要なトピックのひとつに成長してきた。しかし個別のブランド研究は個別の問題意識に捉われてしまっているのが通常であり、ブランド論全体を見渡して実務に応用可能な体系をもっている研究は数少ない。

本書の価値は第一に、マーケティング論だけでなく、幅広い学問領域、さらに、国際比較という視点を含んでいる点にある。他のブランド研究・ブランド管理関連書にはあまり見られない組織論・戦略論などの研究成果をも援用しながら、体系的な研究成果を産み出している。ことにCEOブランドへの考察は本書の独自の視点として高く評価できるだろう。

本書の第二の価値は、実務への有用なインプリケーションを多くもっている点である。企業をブランドと言う観点から眺めたとき、企業ブランド・個別商品ブランドなどとの関係において、CEOの役割はどうあるべきか、それぞれのブランド同士の関係はどうあるべきか、こうした課題に有用な解答を与えている。

本書はアカデミアだけでなく、実務家にとっても实际的に役立つ著書となっている。マーケティング論という実用的な学問の性格を考えたとき、これも大きな強みである。

2010年9月3日

中央大学大学院戦略経営研究科教授
田中 洋

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



1994年10月20日
徐 誠敏 ソロアルバム 発売

2010年10月20日発売
徐誠敏[2010]『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—』創成社。

日本の消費者行動論、マーケティング論、ブランド戦略論の権威
中央大学大学院戦略経営研究科
田中 洋 教授とご一緒に^^



韓国国家ブランド研究センター長
韓国外国語大学 言論情報学部
金ユギョン 教授とご一緒に^^



QBハウス創業者小西國義氏から学んだもの



成熟した産業の隙間に挑む！-QBハウス創業者小西國義氏ご講演
2012年3月17日小西國義氏のご自宅にて

QBハウスという店名には、「Quick Barber」「Quick Beauty」「Quality Business」などといった基本理念や戦略的な意図が込められている。

「経営者は、常に物事に対して問題意識を持ち、リスクを冒しても新しいことに挑み続けるべきである」



「過剰な設備投資や過剰なサービスではなく、本当に必要とするサービスだけを低価格で提供することが必要不可欠である」

「皆が困っているところには、必ずビジネスチャンスがある」
「成功の秘訣は、周りの人が何に困っているかを観察すること」

日本中小企業経営者たち(小さな巨人たち)との知的好奇心の旅
月1回「志本主義」を目指す経営者たちの知識創造研究会「志成会」を
開催しさまざまな意見と情報を交流する



徐誠敏の現在の活動

現在：中央大学商学部兼任講師 兼 静岡産業大学情報学部兼任講師

一般財団法人 ブランド・マネージャー認定協会 アドバイザ

企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 & 日韓企業のマーケティングとブランディングの

コンサルティング 代表、日韓企業のブランド・アドバイザ

日本企業の経営者・実務家を対象にした戦略的マーケティング & ブランディングに関する講演会・セミナーなど幅広く活動中

専攻：マーケティング論、グローバル・マーケティング論、企業ブランド・マネジメント論(CEOブランドと企業ブランド、製品ブランド間の価値創造マネジメントについて理論と実証、インターナル・ブランディング、チームブランディング)、中小企業論、経営戦略論など

www.ssm-gcbm.com/



2011年7月12日

「徐誠敏の企業ブランドマネジメント戦略論の研究室 & 日韓企業のマーケティングとブランディングのコンサルティング」ホームページ開設

戦略的視点から、日韓 企業の経営者とマーケティングとブランディング関連のマネージャーたちとの関係構築と知識 共創 コミュニティ創造を目指している



一生、知的好奇心の
アウトバーンを
走り続ける!

企業のグローバルな競争力と価値向上のための

徐誠敏の企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 & 日・韓企業のマーケティングとブランディングのコンサルティング

ホーム

著書紹介

履歴・経歴・教育研究業績およびPR

セミナー・トピックス・他

<http://www.ssm-gcbm.com/>

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

徐 誠敏 [著]

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—

ブランドの競争力を高める

「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」

中央大学産学協教授 三浦 俊彦

メニュー Menu

→ [ホーム](#)

→ [著書紹介](#)

→ [履歴・経歴・教育研究業績およびPR](#)

→ [セミナー・トピックス・他](#)

→ 「グローバル市場(新興国市場)に通用する韓国企業のグローバル・マーケティング&ブランディングの事例研究室」[問い合わせ](#)

→ 「日・韓企業のグローバル・マーケティング&ブランディング、通訳・翻訳などのサポート室」[問い合わせ](#)



2012年7月21日(土)

「人間力育成講座」

場所:東京銀座資生堂ビル9階

「先進国市場と新興国市場における韓国企業のグローバル・マーケティング
(カメレオン型現地適応化)戦略」

「韓国企業のK-pop マーケティング戦略」

ゲストスピーカー: 徐 誠敏(ソ ソンミン)

2012年7月21日(土)

「人間力育成講座」

場所:東京銀座資生堂ビル9階

「先進国市場と新興国市場における韓国企業のグローバル・マーケティング
(カメレオン型現地適合理化)戦略」

「韓国企業のK-pop マーケティング戦略」

ゲストスピーカー:徐 誠敏(ソ ソンミン)



2012年7月21日(土)

「人間力育成講座」

場所:東京銀座資生堂ビル9階

「先進国市場と新興国市場における韓国企業のグローバル・マーケティング
(カメレオン型現地適合理化)戦略」

「韓国企業のK-pop マーケティング戦略」

ゲストスピーカー: 徐 誠敏(ソ ソンミン)



2012年7月21日(土)

「人間力育成講座」

場所:東京銀座資生堂ビル9階

「先進国市場と新興国市場における韓国企業のグローバル・マーケティング
(カメレオン型現地適合化)戦略」

「韓国企業のK-pop マーケティング戦略」

ゲストスピーカー: 徐 誠敏(ソ ソンミン)



2012年7月21日(土)

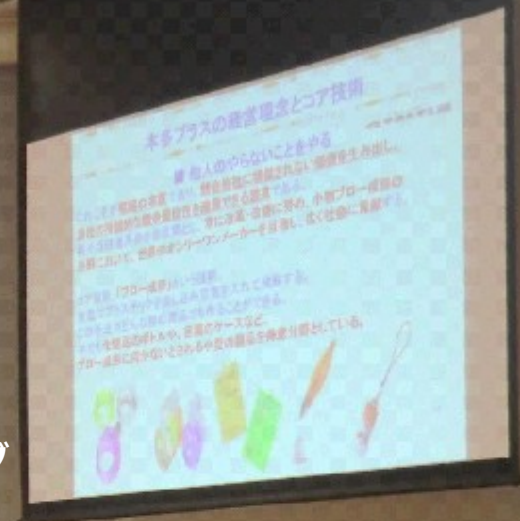
「人間力育成講座」

場所:東京銀座資生堂ビル9階

「先進国市場と新興国市場における韓国企業のグローバル・マーケティング
(カメレオン型現地適合理化)戦略」

「韓国企業のK-pop マーケティング戦略」

ゲストスピーカー: 徐 誠敏(ソ ソンミン)



本多プラス株式会社の大宮工場



2012年7月20日金曜日
「志成会」夏の工場見学会および本多社長のプレゼンテーション企画

2012年7月20日金曜日
「志成会」夏の工場見学会および本多社長のプレゼンテーション企画

本多孝充社長



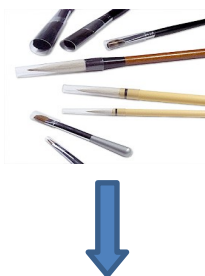
20年以上にわたって黒字経営を 続ける本多プラス

HONDA PLUS+ × カンブリア宮殿

日経スペシャル『カンブリア宮殿〜村上龍の経済
トークライブ〜』に単独出演しました！



クリック



プラスチックブロー成形技術をコアに
パッケージの新しい「カタチ」を提案している



2013年6月26日～28日、東京ビッグサイトで開催された『第4回 国際化粧品開発展』



本多孝充社長



本多プラスの展示会場内での
新たなプロモーション活動
DJ Box^^





一般財団法人
ブランド・マネージャー認定協会
Association for the Certification of Brand Managers Japan

日本で唯一「ブランド・マネージャー」を養成する専門機関～ブランド・マネージャーの標準化と資格制度～

【スペシャルインタビュー】

◆ CEOブランドと企業ブランド・マネジメント(前篇)

<http://www.brand-mgr.org/interview/cat71/vol1.html> 2013年 6月25日 掲載



利き手：一般財団法人 ブランド・マネージャー認定協会 代表理事 岩本 俊幸 氏



一般財団法人
ブランド・マネージャー認定協会
Association for the Certification of Brand Managers Japan

日本で唯一「ブランド・マネージャー」を養成する専門機関～ブランド・マネージャーの標準化と資格制度～

【スペシャルインタビュー】

◆ CEOブランドと企業ブランド・マネジメント(前篇)

<http://www.brand-mgr.org/interview/cat71/vol2-17.html> 2013年 7月25日 掲載



利き手：一般財団法人 ブランド・マネージャー認定協会 代表理事 岩本 俊幸 氏



一般財団法人
ブランド・マネージャー認定協会
Association for the Certification of Brand Managers Japan

日本で唯一「ブランド・マネージャー」を養成する専門機関～ブランド・マネージャーの標準化と資格制度～

【第1回 チーム・ブランディング研究会】

「中小企業にも適用可能なインターナル・ブランディング & チームブランディングの重要性とその戦略的取り組み事例」

2013年 8月 5日 月曜日 14:30～17:30

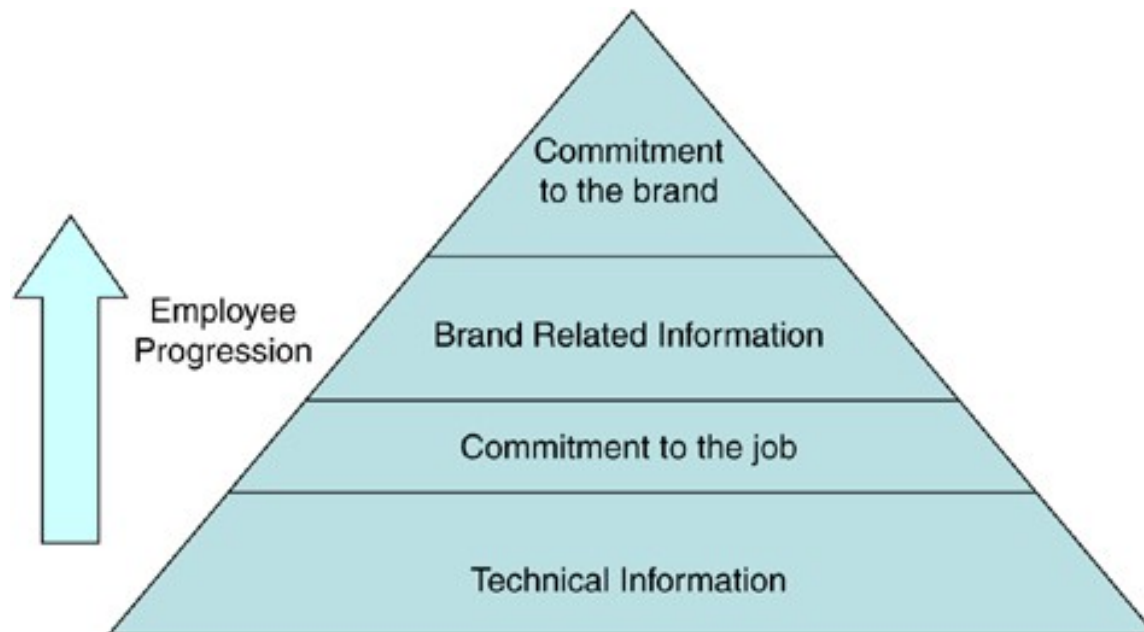
主催：一般財団法人ブランド・マネージャー認定協会

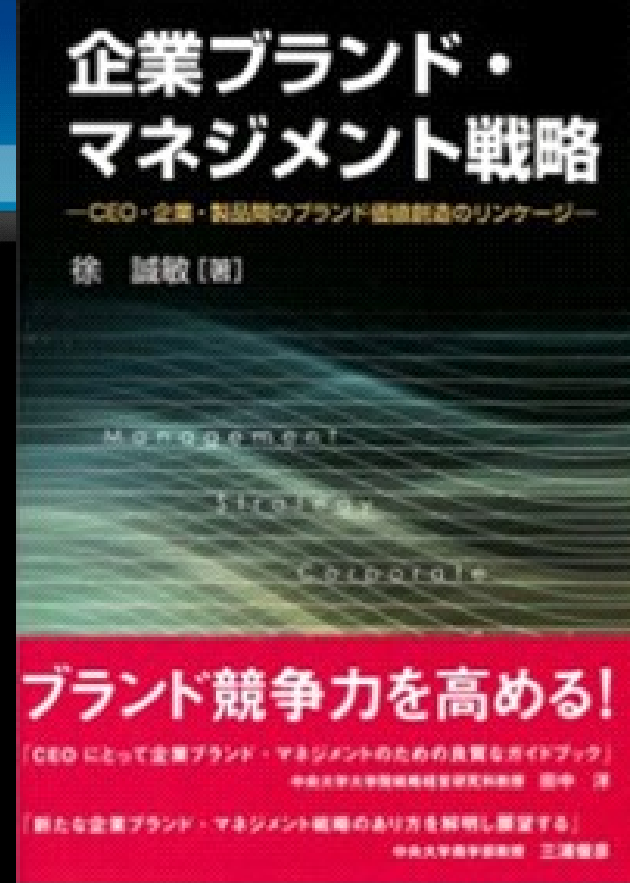
講師：徐 誠敏(ソ ソンミン)、アドバイザー：田中洋 教授





「中小企業にも適用可能な「ブランド創発型企业」を創出するための
インターナル・ブランディング & チームブランディングの重要性と
その戦略的な取組事例の徹底解剖」





www.ssm-gcbm.com/

中央大学商学部 兼任講師 兼 静岡産業大学情報学部兼任講師
 一般財団法人 ブランド・マネージャー認定協会 アドバイザ
 企業ブランド・マネジメント戦略論の研究室 &
 日韓企業のマーケティングとブランディングのコンサルティング 代表

「中小企業にも適用可能なインターナル・ブランディング & チームブランディング」
 「韓国企業のものづくり競争力と市場づくり競争力のバランス戦略」
 「サムスン電子のグローバルマーケティング(カメレオン型現地適合理化)戦略」
 に関する講座・講演会・セミナー 代表講師



<http://www.ssm-gcbm.com/>

皆様のご連絡、心よりお待ちしております!

お問い合わせメールアドレス

ssmkorjp@gmail.com

お電話でのお問い合わせ Tel

☎ 090-6137-1579

