



Die Beziehung von Unternehmenskultur und Unternehmensmarke

Ein Beitrag zum Behavioral Branding

Ladenpreis: 82,24EUR

ISBN: 978-3-8349-3384-3

Auflage: 2012

Verlag: Betriebswirtschaftlicher Verlag Gabler, Gabler Verlag

Erscheinungsdatum: 18.11.2011

Autoren: Deitmar Hanna Lena

Reihe: Unternehmensführung und Marketing

WEITERE INFORMATIONEN UND BESTELLUNG

<https://shop.lexisnexus.at/die-beziehung-von-unternehmenskultur-und-unternehmensmarke-9783834933843.html>

Details

Sowohl die Unternehmenskultur als auch die Unternehmensmarke können als strategische Ressource zum Markterfolg von Unternehmen beitragen. Hanna Lena Deitmar strukturiert auf Basis einer explorativen Analyse die Beziehung von Kultur und Marke und zeigt wechselseitige Beeinflussungen auf. Sie leitet für das interne Markenmanagement Ansätze ab, die die Verankerung der Marke in der Unternehmenskultur (Markenimplementierung) und die Beurteilung dieser Beziehung (Marken-Kultur-Fit) durch Mitarbeiter berücksichtigen.

Wir haben andere Produkte gefunden, die Ihnen gefallen könnten!



Praxishandbuch Vertriebsrecht
Ladenpreis: 84,00EUR



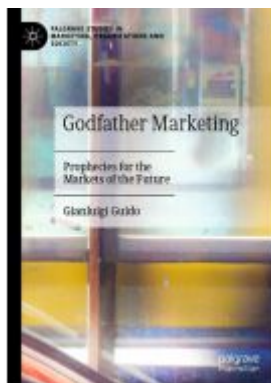
Public Sector Marketing Communications,
Volume II
Ladenpreis: 175,99EUR



Mindestanforderungen an das
Beschwerdemanagement
Ladenpreis: 14,10EUR



Annual Multimedia 2025
Ladenpreis: 79,00EUR



Godfather Marketing
Ladenpreis: 131,99EUR



Corporate Social Responsibility in Difficult
Times
Ladenpreis: 175,99EUR



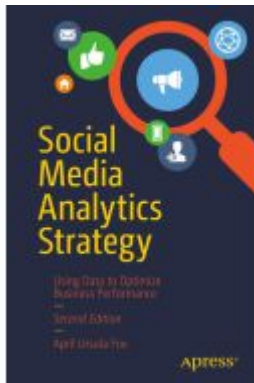
Käthe und Adi Dassler
Ladenpreis: 25,60EUR



Supply Management Research
Ladenpreis: 56,53EUR



Deutschlands führende Agenturen
Ladenpreis: 49,40EUR



Social Media Analytics Strategy
Ladenpreis: 49,49EUR