

1.	Record Nr.	UNINA9910717093703321
	Autore	Jwaideh Zuhair E.
	Titolo	Penal code of Egypt
	Pubbl/distr/stampa	[Washington, D.C.] : , : Law Library, Library of Congress, , 1972
	Descrizione fisica	1 online resource (58 pages)
	Soggetti	Criminal law - Egypt
	Lingua di pubblicazione	Inglese
	Formato	Materiale a stampa
	Livello bibliografico	Monografia
	Note generali	Typescript. "Prepared by Zuhair E. Jwaideh"--Page 58. "March 1972"--Page 58.
	Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
2.	Record Nr.	UNINA9910484378103321
	Autore	Misof Günther
	Titolo	Innovatives Brand Management : Wie Sie Marken in digitalen Zeiten organisieren, führen und optimieren / / von Günther Misof, Michael Schwarz
	Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2017
	ISBN	3-658-17325-4
	Edizione	[1st ed. 2017.]
	Descrizione fisica	1 online resource (XXI, 186 S. 9 Abb.)
	Disciplina	658.827
	Soggetti	Branding (Marketing) Branding
	Lingua di pubblicazione	Tedesco
	Formato	Materiale a stampa
	Livello bibliografico	Monografia
	Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.

BRAND SNAPSHOT – EINE AKTUELLEN BEGRIFFSKLÄRUNG -- THE BRAND – VOM ZEICHEN ZUM ASSET -- Brand Management – Der Schlüssel zu einer erfolgreichen Markenführung -- Das große Ziel vor Augen: Brand Governance und Brand Orientation durchsetzen -- Marke beginnt innen: Die Organisation des Brand Managements über Change Management sicherstellen -- Neue Strukturen schaffen: Organisatorische Komponenten des Brand Managements -- Die neuen Strukturen aktivieren: Die Marke und ihr Management zum Leben erwecken -- Messen und optimieren: Vom Monitoring zur Brand Intelligence -- Pragmatisches Fazit: Erste Schritte auf dem Weg zu Brand Innovation -- FUTURE – TENDENZEN UND PERSPEKTIVEN DER MARKE UND IHRES MANagements -- Marke und Globalisierung -- Zukunftsaspekte des Brand Managements.

---

Sommario/riassunto

Dieses Buch erklärt, wie Marken heute geführt werden müssen: innovativ, flexibel und mutig, aber auch strukturiert und effizient. Die Autoren zeigen, wie das konkret funktionieren kann, und beantworten die derzeit drängenden Fragen. Wie kann man seine Marke über alle neuen digitalen und analogen Kanäle und Touchpoints hinweg effektiv führen und organisieren? Wie verbindet man die Unternehmensstrategie mit der Markenstrategie? Wie macht man Mitarbeiter zu kompetenten Markenbotschaftern? Und: Wie wird der Beitrag der Marke zum Unternehmenserfolg gemessen? Mit ihrem Brand-oriented-Management-Modell liefern die Autoren einen direkt anwendbaren Handlungsrahmen, der den Erfolgsfaktor Marke auch in digitalen und globalisierten Zeiten intelligent und nachhaltig in der Unternehmens-Strategie und dem Management-Alltag verankert. Checklisten helfen bei der Umsetzung und sorgfältig erstellte Definitionen schaffen Klarheit im Dschungel der immer wieder neu kursierenden Buzzwords. Der Inhalt • Brand Governance und Brand Orientation • Die Organisation des Brand Managements über Change Management sicherstellen • Neue Strukturen schaffen: Organisatorische Komponenten des Brand Managements • Die Marke und ihr Management zum Leben erwecken • Messen und optimieren: Vom Monitoring zur Brand Intelligence Die Autoren Günther Misof verfügt über 40 Jahre Erfahrung in Markenstrategie, -entwicklung, -implementierung und -evaluation. Der Fokus seiner Tätigkeit liegt auf den organisatorischen Aspekten des Brand Managements. Dr. Michael Schwarz ist freier Brand Consultant und maßgeblich an der Entwicklung von Markenstrategien und Kommunikationskonzepten für große Dax-Konzerne, mittelständische Unternehmen sowie Organisationen in Deutschland und der Schweiz beteiligt.

---