

表 年代別における企業ブランドと企業ブランド・マネジメントに関する研究

CBと CBMに 関する 研究	1990 年代	Abratt(1989), Ackerman(1998), Balmer(1995), Brown(1998), Gregory and Wiechmann(1997), Hallawell(1999), Ind(1997), Keller and Aaker(1998), King(1991), Saunders and Guoqun(1997), Vick(1993), Wilson(1997)
	2000 年代	Aaker(2004a, 2004b), Anisimova(2007), Argenti and Druckenmiller(2004), Balmer(1995, 2001a, 2001 b, 2001c, 2003, 2005), Balmer and Gray(2003), Balmer and Greyser(2003, 2006), Balmer, Greyser and Urde(2006), Balmer and Liao(2007), Becker, Sims and Schoss(2003), Bernstein(2003), Bickerton(2000), Blombäck and Axelsson(2007), Booker(2002), Burghausen(2001), Burghausen and Fan, 2002, Burt and Sparks(2002), Cheverton(2002), Daffey and Abratt(2002), Daly and Moloney(2004), Davies and Chun(2002), Donovan, Janda and Suh(2006), de Chernatony(2002), de Chernatony and Harris(2000), Einwiller and Will(2002), Eppler and Will(2001), 伊藤 a(2000, 2001, 2003), 伊藤 b(2001), Forman and Argenti(2005), Gotsi and Andriopoulos, 2007, Gray and Balmer(2001), Gregory(2001), Gregory(2004), Greyser, Balmer and Urde(2006), Griffin(2002), Gylling and Lindberg-Repo(2006), Hallawell, (1999), Hansen and Christensen(2007), Harris and de Chernatony(2001), Hatch and Schultz(2001, 2003a, 2003b, 2008), Hatch, Antorini and Csaba(2005), He and Balmer(2006), Hulberg, 2006 ; Ind(2004), Inskip(2004), Jaworski and Fosher(2003), Kapferer(2000, 2002), Kay(2006), Keller(2000), Keller and Richey(2006), 金(2006), Knox and Bickerton(2003)小林(2001), 湖内(2005), Kowalczyk and Pawlish(2002), Kunde(2002), Laforet and Saunders(2005), Leitch and Richardson(2003), Lindstrom(2001), Martenson(2007), Melewar and Walker(2003), Merrilees and Fry(2002), Morsing(2006), Morsing and Kristensen(2001), Muzellec(2006), Muzellec and Lambkin(2006), 奥田(2006), Olins(2000), Papasolomou and Vrontis(2006a, 2006b), Pitt, Watson, Berthon and Wynn(2006), Palazzo and Basu(2007), Rode and Vallaster(2005), 桜井(2009), 佐藤(2003), Schoenfelder and Harris(2004), Schultz, Antorini and Csaba(2005), Schultz and de Chernatony(2002), Schultz, Hatch and Larsen(2000), Schultz and Kitchen(2004), Sichtmann(2007), Simoes and Dibb(2001), Spears, Brown and Dacin(2006), Souiden, Kassim and Hong(2006), Supphellen and Nysveen(2001), Stuart and Jones(2004), 塩崎(2002), 陶山・梅本(2000), 徐(2007a, 2007b, 2008a, 2008b), 田中(2002), Tarnovskaya, Elg and Burt(2008), Tollin(2007), Trueman, Klemm and Giroud(2004), Uggla(2006), Upshaw and Earle(2000), Urde(2003), Vallaster and de Chernatony(2006), van Riel(2002), van Riel and van Bruggen(2002), Wheeler, Richey, Tokkman and Sablynski(2006), Yu Xie and Boggs(2006)

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