

عنوان مقاله:

مدیریت سرمایه های فکری از طریق مدیریت نام و نشان تجاری ارایه یک مدل سه بخشی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت سرمایه فکری (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

حبیب اله دعایی - دانشیار گروه مدیریت

مهدی منطری حصار - دانشجوی دکترای مدیریت

رضا ذبیحی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

با افزایش رقابت در حوزه کسب و کارها، به دنبال دستیابی انواع جدیدی از دارایی ها افتادند که فاقد محدودیتهای دارایی های موجود بوده و بسادگی قابل کپی برداری نباشند جهت رسیدن به این هدف شرکتها به دسته ی جدیدی از دارایی ها به نام دارایی های ناملموس و سرمایه های فکری توجه نمودند. همچنین کسب و کارها از این حقیقت آگاه شده اند که برتری رقابتی پایدارشان از دارایی های فیزیکی و سرمایه های مالی شان نشأت نمی گیرد بلکه از مدیریت اثربخش دارایی های ناملموس و سرمایه های فکری پدیدار می گردد.

کلمات کلیدی:

سرمایه های فکری، مدیریت نام و نشان تجاری، ساخت یا ایجاد نام و نشان تجاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/94811>

