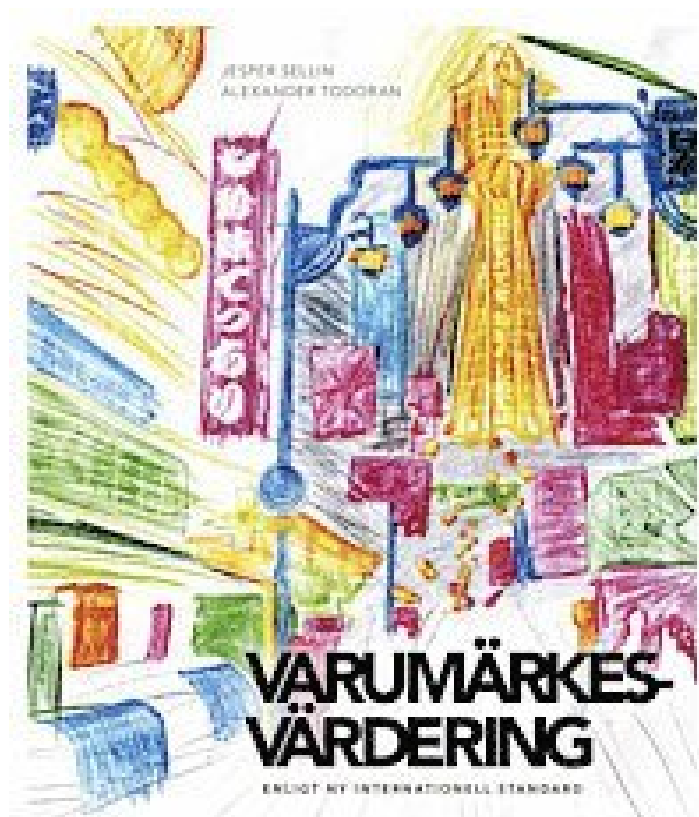


Keywords: Varumärkesvärdering enligt ny internationell standard PDF pdf bok på svenska, ladda ner Varumärkesvärdering enligt ny internationell standard ePUB, Varumärkesvärdering enligt ny internationell standard las online, Varumärkesvärdering enligt ny internationell standard download

Varumärkesvärdering enligt ny internationell standard PDF

Jörgen Svedberg



Det här är bara ett utdrag ur Varumärkesvärdering enligt ny internationell standard bok. Du kan hitta hela boken genom att klicka på knappen nedan.



DOWNLOAD PDF

Författare: Jörgen Svedberg

ISBN-10: 9789163746970

Språk: Svenska

Filesize: 1490 KB

BESKRIVNING

Varumärkesvärdering - enligt ny internationell standardI dag vet de flesta att varumärken är mycket viktiga konkurrensmedel, inte bara vid marknadsföring mot breda konsumentgrupper utan också i handeln mellan företag. Vi talar också om personliga varumärken, författarvarumärken, »varumärket Sverige« och så vidare. Varumärkes konsulter anlitas för att skapa och bygga värdefulla varumärken och varumärkesjurister för att försvara de värden som skapats. I slutänden handlar det om lönsamhet. Det är därför logiskt att behovet av att värdera varumärken växer, för att också kunna mäta vad investeringarna ger för utfall. Företag specialiserade på varumärkesvärdering har funnits länge, men ett problem är att det växt fram ett stort antal metoder som vid värdering av samma varumärke genererar helt olika resultat. Det är ofta svårt att förstå hur resultaten räknats fram, vilket skapar osäkerhet kring tillförlitligheten av värderingarna och minskar nyttan. 2010 antogs en internationell standard för varumärkesvärdering, ISO 10 668 Monetary Brand Valuation. Varumärkesvärdering - enligt ny internationell standardI dag vet de flesta att varumärken är mycket viktiga konkurrensmedel, inte bara vid marknads- föring mot breda konsumentgrupper utan också i handeln mellan företag. Vi talar också om personliga varumärken, författarvarumärken, »varumärket Sverige« och så vidare. Varumärkes konsulter anlitas för att skapa och bygga värdefulla varumärken och varumärkesjurister för att försvara de värden som skapats. I slutänden handlar det om lönsamhet. Det är därför logiskt att behovet av att värdera varumärken växer, för att också kunna mäta vad investeringarna ger för utfall. Företag specialiserade på varumärkesvärdering har funnits länge, men ett problem är att det växt fram ett stort antal metoder som vid värdering av samma varumärke genererar helt olika resultat. Det är ofta svårt att förstå hur resultaten räknats fram, vilket skapar osäkerhet kring tillförlitligheten av värderingarna och minskar nyttan. 2010 antogs en internationell standard för varumärkesvärdering, ISO 10 668 Monetary Brand Valuation. Standarden har förbättrat möjligheten att genomföra varumärkesvärderingar med hög grad av tillförlitlighet för användning vid exempelvis företagstransaktioner, varumärkes konflikter, eller som underlag för det löpande styrelsearbetet. Författarna till Varumärkesvärdering enligt ny internationell standard, Alexander Todoran och Jesper Sellin, deltog båda aktivt som medlemmar i den svenska expertkommittén för fram tagande av värderingsstandarden. I boken förklaras de grundläggande principerna bakom varumärkesvärdering och de vanligaste värderingsmetoderna beskrivs; standardens krav analy seras och tillämpas i praktiska värderingsexempel. Boken riktar sig till alla som arbetar med varumärken i ledande befattning, till revisorer, affärsjurister, kommunikatörer och andra som har intresse av att förstå vilka faktorer som påverkar varumärkens värde och hur värdet beräknas. Standarden har förbättrat möjligheten att genomföra varumärkesvärderingar med hög grad av tillförlitlighet för användning vid exempelvis företagstransaktioner, varumärkes konflikter, eller som underlag för det löpande styrelsearbetet. Författarna till Varumärkesvärdering enligt ny internationell standard, Alexander Todoran och Jesper Sellin, deltog båda aktivt som medlemmar i den svenska expertkommittén för fram tagande av värderingsstandarden. I boken förklaras de grundläggande principerna bakom varumärkesvärdering och de vanligaste värderingsmetoderna beskrivs; standardens krav analy seras och tillämpas i praktiska värderingsexempel. Boken riktar sig till alla som arbetar med varumärken i ledande befattning, till revisorer, affärsjurister, kommunikatörer och andra som har intresse av att förstå vilka faktorer som påverkar varumärkens värde och hur värdet beräknas.

VAD SÄGER GOOGLE OM DEN HÄR BOKEN?

Ibland krävs standarder enligt ... internationellt). Att dela in standarder utifrån typ är ... blir fastställd som svensk standard. Den nya metoden och ...

Enligt uppgift finns det hela 2,6 ... Nu presenteras den första internationella standarden för ... Ny global standard för varumärkesvärdering on, ...

VARUMÄRKESVÄRDERING ENLIGT NY INTERNATIONELL STANDARD

[Fortsätt läsa...](#)