

**ĐO LƯỜNG GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU DỰA VÀO KHÁCH HÀNG: ĐIỀU TRA THỰC TẾ TẠI THỊ TRƯỜNG
Ô TÔ VIỆT NAM**

*MEASURING CUSTOMER BASED BRAND EQUITY: EMPIRICAL EVIDENCE FROM THE AUTOMOBILE
MARKET IN VIETNAM*

Tác giả: Nguyễn Trường Sơn, Trần Trung Vinh