

《农产品区域品牌发展研究》

图书基本信息

书名：《农产品区域品牌发展研究》

13位ISBN编号：9787516116388

10位ISBN编号：7516116386

出版时间：2012-12

出版社：李亚林 中国社会科学出版社 (2012-12出版)

作者：李亚林

页数：250

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《农产品区域品牌发展研究》

内容概要

李亚林所著的《农产品区域品牌发展研究——以湖北省为例》内容有如下特点：首先，本书从农产品区域品牌创建——形象维护——忠诚培育角度这一农产品区域品牌发展的整个过程设计了内容，形成了农产品区域品牌发展的完整理论体系；其次，本书注重了对问题内在机理的探讨，对农产品区域品牌形成创建、农产品区域品牌滥用、农产品区域品牌建设与维护等问题，本书强化了对这些问题背后原因的分析，而不是简单的介绍一般结论，提高了结论的说服力；再次，本书注重了方法选择的多样性，本书在研究中将定性与定量方法的融合，既有理论的分析也有实证的研究，既有经济学的方法又有管理学的方法，提高了研究结论的科学性；最后，本书注重了理论研究与实践应用的结合，本书建立了农产品区域品牌较完整的理论体系，并对重要的问题进行了深入探讨，形成了有一定说服力的理论成果，同时围绕湖北省农产品区域品牌发展的实际情况，将这些理论应用于湖北省农产品区域品牌发展上，提出了湖北省农产品区域品牌发展的对策与建议，强化了理论成果对实践问题的指导意义。

《农产品区域品牌发展研究》

作者简介

李亚林，1974年10月生，男，河北沧县人，博士，湖北经济学院工商管理学院副教授，主要致力于品牌管理、消费者行为等方面的研究，在《经济管理》、《管理学报》等学术期刊上发表论文20多篇。近年来，主持教育部人文社科基金等各类项目6项。

《农产品区域品牌发展研究》

书籍目录

绪论 / 1第一章 文献综述：国内外研究现状与述评 / 10 一 区域品牌 / 10 二 农产品品牌 / 21 三 湖北省农产品品牌 / 26第二章 农产品区域品牌内涵、特征及作用 / 29 一 农产品区域品牌的内涵 / 29 二 区域品牌与农产品结合的依据 / 41 三 农产品区域品牌的类型 / 43 四 农产品区域品牌的特征 / 45 五 农产品区域品牌发展的作用 / 47 六 农产品区域品牌与农产品竞争力 / 49第三章 农产品区域品牌的形成创建机理及模式 / 51 一 农产品区域品牌形成创建的原因 / 51 二 农产品区域品牌形成创建机理 / 53 三 农产品区域品牌形成创建的主体 / 67 四 农产品区域品牌形成创建的驱动因素 / 69 五 农产品区域品牌形成创建模式 / 71第四章 农产品区域品牌发展中的滥用行为 / 74 一 农产品区域品牌发展中的“搭便车”行为及“公地悲剧” / 74 二 农产品区域品牌发展中的囚徒困境 / 84 三 农产品区域品牌滥用的影响 / 89 四 农产品区域品牌滥用的原因 / 95 五 农产品区域品牌滥用的解决对策 / 98第五章 农产品区域品牌建设与维护策略：自律 / 内生机制视角 / 102 一 农产品区域品牌自发建设与维护博弈解释 / 102 二 农产品区域品牌建设与维护的重复博弈 / 107 三 重复博弈促成农产品区域品牌自发建设维护的原因 / 117 四 促进自发维护农产品区域品牌的策略 / 121第六章 农产品区域品牌建设与维护策略：他律 / 外生机制视角 / 123 一 外部监管机制的必要性 / 123 二 外部监管机制设计的博弈分析与机制设计 / 124 三 政府在农产品区域品牌建设与维护中的策略选择 / 129 四 农产品行业协会在农产品区域品牌建设与维护中的策略选择 / 134第七章 农产品区域品牌忠诚及其培育 / 145 一 农产品区域品牌忠诚的内涵 / 145 二 农产品区域品牌忠诚的形成、机理及作用 / 155 三 农产品区域品牌忠诚影响因素的理论模型构建及分析 / 158 四 农产品区域品牌忠诚的培育 / 173第八章 湖北省农产品区域品牌发展现状及策略 / 184 一 湖北省农产品区域品牌发展状况 / 184 二 湖北省农产品区域品牌发展中存在问题 / 194 三 湖北省农产品区域品牌发展存在问题的原因 / 202 四 湖北省农产品区域品牌发展的SWOT分析 / 205 五 湖北省农产品区域品牌发展对策 / 213 六 湖北省农产品区域品牌发展建议 / 222第九章 总结与展望 / 228 一 全书总结 / 228 二 研究展望 / 236参考文献 / 238后记 / 248

《农产品区域品牌发展研究》

编辑推荐

李亚林所著的《农产品区域品牌发展研究——以湖北省为例》内容有如下特点：首先，本书从农产品区域品牌创建——形象维护——忠诚培育角度这一农产品区域品牌发展的整个过程设计了内容，形成了农产品区域品牌发展的完整理论体系；其次，本书注重了对问题内在机理的探讨，对农产品区域品牌形成创建、农产品区域品牌滥用、农产品区域品牌建设与维护等问题，本书强化了对这些问题背后原因的分析，而不是简单的介绍一般结论，提高了结论的说服力；再次，本书注重了方法选择的多样性，本书在研究中将定性与定量方法的融合，既有理论的分析也有实证的研究，既有经济学的方法又有管理学的方法，提高了研究结论的科学性；最后，本书注重了理论研究与实践应用的结合，本书建立了农产品区域品牌较完整的理论体系，并对重要的问题进行了深入探讨，形成了有一定说服力的理论成果，同时围绕湖北省农产品区域品牌发展的实际情况，将这些理论应用于湖北省农产品区域品牌发展上，提出了湖北省农产品区域品牌发展的对策与建议，强化了理论成果对实践问题的指导意义。

《农产品区域品牌发展研究》

精彩短评

- 1、 so quickly !
- 2、 不太实用

《农产品区域品牌发展研究》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com