第一图书网, tushu007.com

<<珞珈管理评论>>

图书基本信息

书名：<<珞珈管理评论>>

13位ISBN编号：9787307096943

10位ISBN编号：7307096943

出版时间：2012-5

出版时间：武汉大学出版社

作者：武汉大学经济与管理学院

页数：194

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：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《珞珈管理评论（2012年卷）（第1辑）（总第10辑）》是武汉大学经济与管理学院主办的融学术性与实践性于一体的管理学刊物，2007年创刊。
该刊由武汉大学出版社出版，国内外公开发行。
目前暂为半年出版一期，今后将逐步过渡为季刊。
本期杂志以坚持四项基本原则、坚持改革开放为政治指导思想，以促进管理学科发展和服务管理实践为己任，广泛接受国内外学者的自由投稿，发表原创性的规范和实证研究学术论文，以及案例、综述和评论性文章。

<<珞珈管理评论>>

书籍目录

一 服务经济专论中国服务经济结构演进的机制选择研究——基于政府与市场关系的视角二 市场营销与旅游管理（市场营销栏目主持人：黄静）顾客品牌转换意愿的心理机制研究在线品牌社群中访客看帖行为效应研究品牌体验研究：述评与展望基于观众感知的上海世博会企业赞助行为研究——来自网络博客文本的研究证据三 公司治理与人力资源管理现代公司代理冲突对企业R&D投资的影响研究述评基于私人秩序的搜索引擎企业道德风险治理研究连锁董事网络对企业并购影响的实证研究全球化背景下的制造业生产调度体系探讨董鹏开发中国青年“ 蚁族 ”人力资源的调研报告四 投资基于信息瀑布的股权拍卖逆向选择研究中国上市公司规模的分布规律研究：基于2000-2011年的数据不对称信息下团体贷款对信贷市场效率改进的研究五 会计与财务管理中小投资者法律保护变迁、并购行为与财富效应——来自中国上市公司的经验证据国有控股上市公司管理层股权激励——不同模式及其财务影响的比较分析大股东控制、股权融资偏好与利益隧道挖掘六 物流与供应链管理基于利息费用共享的供应链协调研究电子商务环境下供应链协同管理研究综述

章节摘录

3.研究评价　　从以上文献的梳理与回顾来看，学者们对于品牌体验相关问题的研究取得了一些共识，但也存在分歧和待解决的问题。

3.1 品牌体验的动态性　　消费者的品牌体验是消费者体验品牌所代表的产品和服务，通过这种亲身使用和感受积累品牌知识，形成品牌印象（Garretson和Niedrich，2004；Hong-Youl Ha、Helen Perks，2005）。

顾客的品牌体验首先是从体验产品开始的，物理属性介入力矩是品牌体验的初级层面；顾客对一个品牌物理属性的体验产生了好感，通过持续积累，这种好感会上升到情感层面；当顾客将自己的人生主张、价值观、生活态度向某商品传达时，就达到品牌体验的最高境界。

Mascarenhas等（2006）提出的品牌体验三力矩模型揭示了品牌体验形成的阶梯性和累积性。

Bennett等（2004）认为品牌体验分为两个方面：外部信息获取和内部价值感受。

从横向维度来看，品牌体验是消费者伴随着外部信息获取的增加而降低品牌感知风险的过程；从纵向维度来看，顾客对品牌的内部感受有程度高低之分。

3.2 品牌体验的多元性　　尽管学者们研究品牌体验维度的角度不同，但都反映出对品牌体验多维度的认识。

从体验的过程来看，可以划分为产品体验、服务体验和消费体验；从消费者的主观感受来看，包括感官、情感、思考、行动、关联等体验；从零售业的品牌体验来看，包括员工与顾客的交互、产品价值、商店内部环境、产品分类及多样性、顾客抱怨处理五个因素。

3.3 品牌体验的研究空白　　总的来看，现有关于品牌体验的研究比较零散，学者们还存在较多分歧，尚有一些待完善的研究空白：　　第一，对于品牌体验概念的认识尚未统一。

由于研究视角不同，有的文献将品牌体验与顾客体验、消费体验、服务体验、产品体验等概念等同，这使得研究结论有差异或不具有推广性，不利于为企业制定有效的品牌体验策略提供指导。

第二，尽管已有学者（Brakus，2009）对品牌体验的维度及测量进行了系统的论证和分析①，但是由于跨文化的原因，东西方人在情景依赖、思维方式等方面存在差异，西方语境下设计的量表还未结合中国消费者的特点进行测量和验证。

第三，现有关于品牌体验的研究大多基于静态的消费者回忆性的体验进行测量，将纵向数据与横截面数据进行综合分析的较少，关注品牌体验的动态性本质不够。

第四，品牌体验与品牌忠诚关系的研究还处在发展阶段，现有相关研究结论仅限于某些特定行业，并且研究分析中对品牌体验维度划分标准的区别较大，因此有关品牌体验驱动效应和调节效应的研究仍有发展空间。

……

第一图书网, tushu007.com

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:http://www.tushu007.com