

<<集群企业品牌网络关系研究>>

图书基本信息

书名：<<集群企业品牌网络关系研究>>

13位ISBN编号：9787513602013

10位ISBN编号：7513602018

出版时间：2011-1

出版时间：中国经济出版社

作者：姚伟坤

页数：246

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>

<<集群企业品牌网络关系研究>>

内容概要

本书以迈克尔·波特的钻石模型理论和基于生态学的品牌理论为重要依据，从网络的视角对产业集群进行研究，揭示了产业集群环境下的个体品牌提升机理。

<<集群企业品牌网络关系研究>>

作者简介

姚伟坤，1980年出生于河南淮阳，管理学博士，中国矿业大学管理学院讲青，主要从事产业经济、市场营销方面的教学和研究工作。

在《中国管理科学》、《管理科学》等核心期刊发表文章十余篇。

目前已主持省部级项目一项，厅局级项目两项。

<<集群企业品牌网络关系研究>>

书籍目录

前言1.绪论 1.1 研究背景 1.2 研究目的 1.3 研究意义 1.4 相关概念界定 1.5 研究的基本思想 1.6 内容安排 1.7 研究思路与方法2.文献综述 2.1 集群网络的相关研究 2.2 品牌网络——基于生态视角的研究 2.3 集群企业品牌的相关研究及其评述 小结3.集群企业品牌网络构成及其特征 3.1 社会网络分析方法及对品牌研究的适用性 3.2 集群企业品牌网络构成描述 3.3 集群企业品牌的特征 3.4 共生视角的集群企业品牌网络发展阶段特征 小结4.集群企业品牌网络的关系机理分析5.集群环境对集群企业品牌网络关系形成的驱动机理6.集群企业品牌网络形成的元胞自动机仿真7.集群企业品牌网络关系驱动群内个体品牌提升的路径：结构模型构建8.集群企业品牌网络关系驱动群内个体品牌提升的路径：实证检验9.集群企业品牌网络构建的政策建议10.结论、创新点及研究展望参考文献致谢

<<集群企业品牌网络关系研究>>

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:<http://www.tushu007.com>