

<<中国农产品品牌发展研究>>

图书基本信息

书名：<<中国农产品品牌发展研究>>

13位ISBN编号：9787811292831

10位ISBN编号：7811292831

出版时间：2010-8

出版时间：黑龙江大学出版社有限责任公司

作者：王玉莲

页数：229

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>

<<中国农产品品牌发展研究>>

内容概要

本书以初级农产品和农业初加工品为重点研究对象，研究其品牌化经营与发展问题。运用了农业经济学、市场营销学、信息经济学以及战略管理理论等学科的基本原理，对国内农产品品牌发展的历史、现状进行深入分析，并进行国际比较研究。总结了农产品品牌的形成条件和发展的影响因素，构建了农产品品牌发展的评价体系，并从农产品品牌的培育、模式选择与机制创新以及政府支持角度对农产品品牌发展的对策进行了深入研究。

<<中国农产品品牌发展研究>>

作者简介

王玉莲，女，1970年生，黑龙江齐齐哈尔人，黑龙江大学经济与工商管理学院副教授，工商管理专业硕士生导师，管理学博士，主要从事农业经济管理、市场营销和市场调研领域的研究，先后在《商业研究》、《学术交流》、《理论探讨》等期刊发表学术论文20余篇，任《市场营销学》副主编，主持和参加国家级及省部级科研课题5项。

<<中国农产品品牌发展研究>>

书籍目录

绪论第一章 农产品品牌的基本理论概述 第一节 品牌的内涵及构成要素 第二节 农产品品牌的内涵和特殊性 第三节 农产品品牌发展在国民经济发展中的地位和作用 第四节 研究农产品品牌发展的理论基础第二章 中国农产品品牌发展的历史回顾与现状分析 第一节 中国农产品品牌发展的历史回顾 第二节 中国农产品品牌发展的现状分析 第三节 中国农产品品牌发展中现存问题的原因分析第三章 农产品品牌发展的国际比较 第一节 欧美国家促进农产品品牌发展的状况分析 第二节 亚洲国家或地区推进农产品品牌发展的状况分析 第三节 国外农产品品牌发展经验对我国的启示第四章 农产品品牌的形成条件和发展因素分析 第一节 农产品品牌的形成条件 第二节 农产品品牌发展的影响因素分析第五章 中国农产品品牌发展的评价指标体系及评价方法 第一节 农产品品牌发展评价指标体系的构建 第二节 层次分析法确立权重 第三节 综合评分方法计算农产品品牌发展指数 第四节 农产品品牌发展的评价实证分析第六章 农产品品牌的培育与塑造 第一节 品牌农产品的开发与培育 第二节 农产品品牌的塑造第七章 中国农产品品牌发展的模式选择和机制创新 第一节 农产品品牌发展模式选择应遵循的原则 第二节 农产品品牌发展的模式选择 第三节 基于农业产业集群的农产品品牌发展的机制创新第八章 推进中国农产品品牌发展的政府行为与宏观调控 第一节 市场经济下政府的行为规范与职能转变 第二节 发挥政府在推进农产品品牌发展中的作用 第三节 加强农产品品牌发展的宏观调控 第四节 政府参与农产品品牌管理应注意的问题结论附录一 中国农产品品牌发展评价层次分析法权重调查问卷附录二 几种大米品牌的品牌价值消费者调查问卷参考文献后记

<<中国农产品品牌发展研究>>

编辑推荐

《中国农产品品牌发展研究》选择了“中国农产品品牌发展”作为研究课题。在作出具体的研究之前，首先需要交代课题研究的背景、目的和意义，国内外研究动态，研究内容与研究方法等一些总领性问题，为全文内容的展开提供背景和导航。当前我国农业面临发展的新阶段，我国农产品实现了由长期短缺转向供求基本平衡、丰年有余的历史性转变。走农产品品牌化经营道路是创新发展模式、加快传统农业向现代农业转变的重要手段，是提高农产品质量安全水平和提升农产品国际竞争力的必然要求。

<<中国农产品品牌发展研究>>

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