

<<中国农产品的品牌化-中国体征与>>

图书基本信息

书名：<<中国农产品的品牌化-中国体征与中国方略>>

13位ISBN编号：9787109116702

10位ISBN编号：7109116700

出版时间：2007-6

出版时间：中国农业出版社

作者：胡晓云

页数：356

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>

<<中国农产品的品牌化-中国体征与>>

内容概要

《中国农产品的品牌化：中国体征与中国方略》特点： 其一，从一般学术形态的品牌传播研究切入农产品品牌传播研究。

其二，不仅采用了常规的文献调查，更采用了八种田野调研方法对全国29个省、自治区、直辖市进行了调查。

其三，该书的第一、第二部分“现实考察：自主品牌潮涌华夏”、“本土创造：中国方略与中国元素”用大量的第一手数据和资料，为我们描述了中国农产品品牌化的现实善和具有中国文化背景特色的中国特征。

<<中国农产品的品牌化-中国体征与>>

作者简介

胡晓云，又名胡晓芸，中国浙江大学传播研究所品牌研究中心主任，中国浙江大学传媒与国际文化学院副教授、硕士生导师。

<<中国农产品的品牌化-中国体征与>>

书籍目录

序 导读一 研究起源二 概念涉及三 数据支持四 主要内容第一部分 现实考察：自主品牌潮涌华夏第一章 中国农产品的品牌化程度第二章 品牌主体、表现形态及分类类型第三章 品牌颁及其区域特征第四章 各种非均衡状态第二部分 本土创造：中国方略与中国元素第一章 制度机制与中国方略第二章 传播机制与民族气质缔造第三部分 未来提案：国家品牌及其“中国诉求”第一章 资源整合与国家品牌第二章 传播策略与新市场环境创造第三章 农产品品牌的价值评估附录

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>