

<<品牌生态系统协同进化研究>>

图书基本信息

书名：<<品牌生态系统协同进化研究>>

13位ISBN编号：9787514116120

10位ISBN编号：7514116125

出版时间：2012-3

出版时间：经济科学出版社

作者：熊爱华

页数：240

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>

## <<品牌生态系统协同进化研究>>

### 内容概要

全书共分为八章，第一章为绪论。

第二章对品牌生态系统的相关理论进行论述，阐述了品牌生态系

统的概念和内涵特征，分析了品牌生态发展的一般规律。

第三章进一步从理论角度上说明品牌生态系统的协同进化，介绍了品牌生态系统的协同进化概念、协同进化的机理和模式，分析了协同进化视角下的品牌竞争与合作，并分析了品牌生态系统中品牌与行业生命周期的关联性。

第四章对品牌生态系统的协同进行了博弈分析，说明了品牌系统的建设中各方主体的竞争协同行为的科学合理性。

第五章介绍国外品牌生态系统发展状况，重点分析了法国品牌(包括香水、葡萄酒、食品等行业)、德国汽车品牌及瑞士钟表等几个先进典型的品牌生态系统建设情况。

第六章介绍我国品牌生态系统的发展概况，重点分析了我国几个品牌大省(市)青岛、内蒙古、浙江省品牌生态系统建设的典型案例。

通过对几个典型的品牌生态系统协同建设的分析和比较，总结出了品牌生态系统协同进化的规律。

第七章选取天津市这一较为典型的区域品牌生态系统进行实证分析，从实践的角度对上述品牌生态系统协同进化的若干理论进行了验证。

第八章总结我国品牌生态系统的构建策略，指出品牌生态系统要从环境、品牌个体、品牌种群、品牌群落各个层次，长期持续推进。

本书进行探索性研究所取得的创新性成果是：创新性地将生态系统原理移植于品牌系统进行协同进化研究，将品牌培育作为一个生态系统进行横向和纵向的。

论证；对国内外典型品牌系统进行了详细的分析论证，对品牌个体、品牌群落和品牌系统进行了形象的阐述。

## <<品牌生态系统协同进化研究>>

### 作者简介

熊爱华女，1966年10月生，四川成都人，先后获山东大学经济学硕士、天津大学管理学博士学位。  
现为山东财经大学教授，主要从事战略管理、品牌管理、市场营销等研究。先后主持山东省社会科学规划重点项目、省软科学计划项目、省教育厅科研项9项，参加国家社科基金、国务院调查办、省社科规划办、省软科学计划等项H8项，在《管理世界》、《经济管理》、《税务研究》、《天津社会科学》等国家核心级刊物发表论文20余篇，个人专著3部，参编教材3部。

# <<品牌生态系统协同进化研究>>

## 书籍目录

- 第一章 绪论
  - 第一节 问题的提出
  - 第二节 国内外相关理论研究综述
  - 第三节 研究意义
  - 第四节 研究内容和研究方法
  - 第五节 本书研究的创新点
- 第二章 品牌生态系统基础理论分析
  - 第一节 品牌生态系统的概念以及内涵特征
  - 第二节 品牌生态系统的一般规律
  - 第三节 品牌生态因子
  - 第四节 品牌生态位
  - 第五节 品牌生态系统的复杂性
- 第三章 品牌生态系统的协同进化
  - 第一节 品牌生态系统协同进化概述
  - 第二节 品牌物种协同进化的机理
  - 第三节 品牌生态系统的协同进化模式
  - 第四节 协同进化视角下的品牌竞争与合作
  - 第五节 品牌生态系统中品牌与行业生命周期的关联性
- 第四章 品牌生态系统中协同进化的博弈模型
  - 第一节 品牌生态系统中企业协同行为的一般博弈模型
  - 第二节 品牌生态系统中企业协同行为的演化博弈模型
  - 第三节 品牌生态系统协同进化中政府和企业的博弈模型
  - 第四节 品牌生态系统协同进化中企业与消费者的博弈模型
- 第五章 国外品牌生态系统的建设
  - 第一节 国外品牌生态系统现状分析
  - 第二节 法国品牌生态系统的建设
  - 第三节 瑞士钟表品牌生态系统的建设
  - 第四节 德国汽车品牌生态系统的建设
  - 第五节 日本品牌生态系统的建设
- 第六章 我国品牌生态系统的建设
  - 第一节 我国品牌生态系统的现状分析
  - 第二节 我国品牌建设存在的问题
  - 第三节 青岛品牌生态系统的构建
  - 第四节 内蒙古品牌生态系统的建设
  - 第五节 浙江省品牌生态系统建设
- 第七章 天津品牌生态系统协同进化实证分析
  - 第一节 天津市品牌生态系统的现状分析
  - 第二节 天津市自主品牌协同战略构建
- 第八章 我国品牌生态系统构建策略
  - 第一节 品牌生态管理系统的构建
  - 第二节 品牌生态系统的构建策略
- 参考文献
- 后记

<<品牌生态系统协同进化研究>>

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>