



ĐỌC BÁO IN

CHUYÊN TRANG ĐỜI SỐNG GIA ĐÌNH

CHUYÊN TRANG PHỤ NỮ SỐ



Văn hóa - Giải trí

# Tiến sĩ Nguyễn Thành Trung kiến giải xây dựng thương hiệu và bản sắc địa phương qua tập sách mới

THU MÃY Thứ Tư, 20/11/2024 08:12

Chia sẻ

(PNTĐ) - Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật vừa giới thiệu tới độc giả cuốn sách “Thương hiệu địa phương: Hình ảnh và bản sắc” do Tiến sĩ Nguyễn Thành Trung biên soạn. Cuốn sách đem đến những kiến giải nâng cao giá trị bản sắc văn hóa, lịch sử, tạo ra những hiệu ứng tốt về hiệu quả đầu tư và thị trường từ bên ngoài, kích thích nội lực bên trong, đem lại nhiều cơ hội phát triển kinh tế lâu dài và bền vững cho mỗi địa phương.

## TIN LIÊN QUAN

“Cha để lại cho con” – ca khúc tôn vinh tình phụ tử của nhạc sĩ Nguyễn Thành Trung

VĂN HÓA - GIẢI TRÍ 16/06/2024

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và cạnh tranh mạnh mẽ hiện nay, mỗi địa phương đều phải cạnh tranh với các địa phương khác nhằm thu hút nguồn nhân lực, du khách và đầu tư, thậm chí cả sự tôn trọng và quan tâm của mọi người. Vì vậy, để xây dựng thương hiệu địa phương hiệu quả, mỗi địa phương cần phát triển một chiến lược thương hiệu mạnh mẽ, xác định rõ các giá trị độc đáo và sự khác biệt của mình, trong đó một số yếu tố nền tảng cần được chú trọng, như: Xác định tầm nhìn chiến lược chung; có một chính sách minh bạch, rõ ràng; định vị được những giá trị đặc trưng và không trùng lặp với các địa phương khác; phát triển hình ảnh và bản sắc nhất quán...



*Cuốn sách cung cấp thêm tài liệu nghiên cứu, tham khảo cho các nhà hoạch định chính sách, cán bộ quản lý nhà nước tại các địa phương*

Nhằm cung cấp thêm tài liệu nghiên cứu, tham khảo cho các nhà hoạch định chính sách, cán bộ quản lý nhà nước tại các địa phương, cán bộ giảng dạy trong các cơ sở đào tạo và đồng đạo bạn đọc quan tâm đến vấn đề trên, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật xuất bản cuốn sách “Thương hiệu địa phương: Hình ảnh và bản sắc” do Tiến sĩ Nguyễn Thành Trung biên soạn.

Sách dày 265 trang, nội dung cuốn sách gồm sáu chương, tập trung làm rõ nhiều nội dung và phạm trù gắn với hình ảnh và bản sắc của địa phương cũng như cách thức vận hành để đạt đến một hình ảnh địa phương thu hút và hấp dẫn, bao gồm:

Chương I - Thách thức xây dựng thương hiệu địa phương, tác giả nêu ra 4 vấn đề: Gia nhập thị trường toàn cầu; Địa lý - kinh tế - chính trị; Nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của dân cư; Thách thức xây dựng và phát triển thương hiệu địa phương tại Việt Nam

Chương II - Kinh nghiệm từ các địa phương, được lấy từ các địa phương thuộc các quốc gia trong khu vực và trong nước như: Thái Lan (Trung Quốc), Incheon (Hàn Quốc), Iskandar (Malaysia), Quảng Ninh (Việt Nam), Đồng Tháp (Việt Nam), Bà Rịa - Vũng Tàu, (Việt Nam), Đà Nẵng (Việt Nam) và Bài học để vận dụng.

Chương III - Lược sử xây dựng thương hiệu địa phương - Lịch sử nghiên cứu tiến tới định hình khái niệm xây dựng thương hiệu địa phương.

Chương IV - Hình ảnh và bản sắc thương hiệu địa phương nhận diện rõ Hình ảnh địa phương, Bản sắc địa phương.

Chương V - Mô hình và nội dung xây dựng thương hiệu địa phương: Vai trò của thương hiệu địa phương; Các nhân tố ảnh hưởng đến thương hiệu địa phương; Mô hình thương hiệu địa phương; Nội dung chiến lược thương hiệu địa phương; Năng lực xây dựng thương hiệu địa phương

Chương VI - Chủ thể và quá trình xây dựng thương hiệu địa phương: Chủ thể tham gia xây dựng thương hiệu địa phương; Quá trình xây dựng thương hiệu địa phương; Tổ chức triển khai; Một số gợi ý chính sách gắn với giải pháp xây dựng thương hiệu địa phương.



*Tiến sĩ Nguyễn Thành Trung cho rằng, xây dựng thương hiệu địa phương với mục tiêu cuối cùng là đạt được các lợi ích kinh tế và phúc lợi cho người dân chính địa phương đó*

Theo Tiến sĩ Nguyễn Thành Trung, trong bối cảnh toàn cầu hóa và ảnh hưởng của tiến trình này đến đời sống của mỗi con người càng sâu sắc, nhiều quốc gia và địa phương tiến hành xây dựng một chiến lược hình ảnh địa phương để trở nên hấp dẫn, thu hút các nguồn lực tích cực dịch chuyển vào địa phương, từ đó giúp địa phương đạt được tăng trưởng kinh tế và phúc lợi của người dân theo hướng bền vững. Bên cạnh đó, sự phân mảnh địa lý, kinh tế, chính trị toàn cầu kéo theo hàng loạt các rào cản và định chế ngăn cản sự di chuyển nguồn lực tự do toàn cầu. Các bức tường ngăn chia biên giới và các vùng lãnh thổ được dựng lên ở nhiều nơi có xung đột. Hai xu thế toàn cầu hóa và phân mảnh diễn ra song song tạo ra thách thức vô cùng lớn đối với các địa phương có các điều kiện địa - chính trị khác nhau để có thể trở nên hấp dẫn với các đối tác khác nhau, trong khi lại đòi hỏi địa phương đó phải “xếp hàng” theo nhóm nhất định.

“Xây dựng thương hiệu địa phương với mục tiêu cuối cùng là đạt được các lợi ích kinh tế và phúc lợi cho người dân chính địa phương đó. Vì vậy, xây dựng thương hiệu địa phương phải phản ánh được tâm tư và nguyện vọng của người dân địa phương. Nội dung xây dựng thương hiệu địa phương phải từ cơ sở, từ người dân để chỉ ra những ước mơ và kỳ vọng của toàn dân về tương lai, về hình ảnh, về thương hiệu địa phương với tầm nhìn 50 năm hoặc 100 năm tới. Câu hỏi cơ bản là “Người dân địa phương mong muốn hình ảnh địa phương sẽ như thế nào vào 50 năm hay 100 năm sau?” và “Hình ảnh này đem lại lợi ích gì cho địa phương?”. “Người dân” là một phạm trù rộng, vì thế một số tiêu thức phân loại nhân khẩu nhất định được sử dụng để đánh giá các mong ước của từng nhóm người. Các nhóm có ảnh hưởng đến mối quan hệ cơ bản của xã hội được xem xét là: Doanh nhân; người lao động làm thuê; người thu nhập thấp; tầng lớp trung lưu; các công chức, viên chức. Một số nhóm người khác theo phân loại có thể được liệt kê nhưng chưa phải là những nhóm ảnh hưởng quyết định đến xu thế vận động của xã hội nên chỉ liệt kê một số kỳ vọng như tham khảo hữu ích thay vì phân tích chi tiết. Tôi hy vọng rằng cuốn sách này sẽ là tài liệu tham khảo thiết thực cho các nhà hoạch định chính sách, các cán bộ quản lý nhà nước tại các địa phương và các cán bộ giảng dạy trong các trường học. Nhưng trên hết cả, xây dựng thương hiệu địa phương mục tiêu cuối cùng là đạt được các lợi ích kinh tế và phúc lợi cho người dân chính địa phương đó”- Tiến sĩ Nguyễn Thành Trung cho hay.

## ĐỌC TIẾP

“Cha để lại cho con” – ca khúc tôn vinh tình phụ tử của nhạc sĩ Nguyễn Thành Trung

VĂN HÓA - GIẢI TRÍ 16/06/2024

Like Share

THƯƠNG HIỆU ĐỊA PHƯƠNG SÁCH MỚI TIẾN SĨ NGUYỄN THÀNH TRUNG

### Ý kiến bạn đọc

\* Bình luận của bạn sẽ được biên tập trước khi đăng. Xin vui lòng gõ tiếng Việt có dấu

Gửi bình luận



## THĂM DÒ Ý KIẾN

Mức độ trải nghiệm của bạn khi đọc Báo PNTĐ như thế nào?

- Rất hài lòng
- Bình thường
- Không hài lòng

Gửi

Xem kết quả

## TIN ĐỌC NHIỀU

5 năm thi hành Luật Thư viện: Tạo chuyển biến tích cực cho văn hóa đọc Thủ đô

1

Cơ hội "xuyên không" về với Cố đô xưa ở Festival Ninh Bình 2024

2

Lần đầu tiên tổ chức Liên hoan các Ban nhạc, nhóm nhạc quận Tây Hồ

3

Tùng Dương cảm ơn vợ trên sân khấu liveshow thứ 14

4

Ấn tượng bộ sưu tập "Nét xưa" trong fashion show "Sắc màu di sản"

5



# ỨNG DỤNG KẾT NỐI PHỤ HUYNH VÀ NHÀ TRƯỜNG App vnEdu Connect

- ✔ Tương tác đa chiều
- ✔ Đa dạng tiện ích
- ✔ Kết nối hiệu quả giữa gia đình và nhà trường



☎ 18001260 | 🌐 onesme.vn | Sản phẩm của VNPT



SẢN PHẨM CỦA:  
CÔNG TY PHÂN BÓN VÀ HÓA CHẤT GIÀU VÀI - CKCP (PARECO)  
Số 43, Mạc Đĩnh Chi, P. Bà Kẹo, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh  
Web: www.dgpc.vn | Điện thoại: 028.38.256.258



### TIN CÙNG CHUYÊN MỤC



**Ngày 29/11 khai mạc Lễ hội văn hóa ẩm thực Hà Nội 2024**

VĂN HÓA - GIẢI TRÍ 25/11/2024

**Giới trẻ sùng sốt trước "bộ phim dã sử cổ trang" khai mạc Festival Ninh Bình 2024**

VĂN HÓA - GIẢI TRÍ 25/11/2024



### Tùng Dương cảm ơn vợ trên sân khấu liveshow thứ 14

VĂN HÓA - GIẢI TRÍ 24/11/2024



### "Đường chúng ta đi" - Khơi dậy lòng tự hào, tình yêu quê hương đất nước

VĂN HÓA - GIẢI TRÍ 24/11/2024



### Giải thưởng Sách Quốc gia lần thứ VII: Nâng tầm giá trị sách, lan tỏa văn hóa đọc

VĂN HÓA - GIẢI TRÍ 23/11/2024

**ĐỌC BÁO IN**

PHỤ NỮ THỦ ĐÔ ĐỜI SỐNG GIA ĐÌNH





Báo Phụ nữ Thủ đô 47-24 số 1754

Ngày 22/11/2024



Báo Phụ nữ Thủ đô 46-24 số 1753

Ngày 14/11/2024

Xem thêm



Báo Phụ nữ Thủ đô 45-24 số 1752

Ngày 07/11/2024



Bá



Tòa soạn: Số 7, Tôn Thất Thuyết, Cầu Giấy, Hà Nội

Giấy phép: Số 699/GP-BTTTT, Bộ Thông tin và Truyền thông cấp ngày 29/10/2021.

Tổng biên tập: LÊ QUỲNH TRANG

Phó tổng biên tập: LÊ THỊ HỒNG MINH



Email: baophunuthudo@gmail.com

ĐTVP: 024 3942 1865 - Fax: 024 3822 3989

Bạn đọc: 024 3942 3227 - Tâm giao: 024 3735 0555

Quảng cáo: 024 3822 3989