

CHÍNH TRỊ - XÃ HỘI

THỂ GIỚI

PHÁP LUẬT

VIDEO

XE+

ĐỜI SỐNG

VĂN HÓA - GIẢI TRÍ

THỂ THAO

SỐNG Ở HÀ NỘI

KINH DOANH

ẢNH

☰

Quang Hải gặp vấn đề, phải tập riêng ở Hàn Quốc

Màn kịch lừa mang tên 'kết hôn' với người nước...

Đổi mới phương pháp tuyên truyền trong phòng ngữ...

Tìm kiếm



## VĂN HÓA - GIẢI TRÍ

# Tiến sĩ, nhạc sĩ Nguyễn Thành Trung ra sách luận hiệu và bản sắc địa phương

🕒 20/11/2024 17:00

💬 0 bình luận

👤 Chúc An

📄 In bài

Tweet



0:00/0:00



Nam miền Bắc

ANTD.VN - Đúng vào dịp kỷ niệm ngày Nhà giáo Việt Nam 20-11, Tiến sĩ Nguyễn Thành Trung bất ngờ giới thiệu đến độc giả cuốn sách "Thương hiệu địa phương: Hình ảnh và bản sắc". Sách do NXB Chính trị quốc gia Sự thật phát hành và tác giả biên soạn.

### SỰ KIỆN NỔI BẬT

Nhà văn Đỗ Phấn

Nhà văn Nguyễn Ngọc Tiến

Nhà báo Hồ Viết Thịnh

Nhà báo Phạm Trung Tuyến

Nhà văn Phạm Ngọc Tiến

Nhà văn Uông Triều

Nhà văn Nguyễn Việt Hà

Nhà báo Hoàng Minh Trí

### TIN ĐỌC NHIỀU

Những hình ảnh đặc biệt ấn tượng tại lễ hội âm thanh Hà Nội Rock **1**

Lịch sử hình thành và phát triển của tỉnh Kiên Giang qua hình ảnh và tài liệu lưu trữ **2**

Bùi Khánh Linh mặc trang phục gây tranh cãi khi nhận dải băng thi "Hoa hậu Liên lục địa 2024" **3**

"Chải" – Long Vũ sánh bước cùng mẹ Vân Dung tại sự kiện **4**

Được biết đến với nhiều sáng tác âm nhạc ý nghĩa, được đông đảo khán giả yêu thích song ít ai biết, nhạc sĩ Nguyễn Thành Trung còn là Tiến sĩ Kinh tế. Vì vậy không chỉ dành thời gian cho âm nhạc và nghệ thuật, mới đây Tiến sĩ Nguyễn Thành Trung còn quyết định trình làng cuốn sách được anh dày công nghiên cứu và biên soạn. Sách có tựa đề "Thương hiệu địa phương: Hình ảnh và bản sắc".

Theo chia sẻ của Tiến sĩ Nguyễn Thành Trung, thương hiệu địa phương có vai trò làm tăng giá trị nhận thức về con người, sản phẩm, văn hóa, môi trường kinh doanh và điểm thu hút du lịch của địa phương hoặc tỉnh, thành phố, quốc gia, vùng lãnh thổ. Yếu tố này không chỉ tạo nên hình ảnh tích cực, sự khác biệt so với các địa phương khác, nâng cao giá trị bản sắc văn hóa, lịch sử, mà còn 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.

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.

**Cuốn sách “Thương hiệu địa phương: Hình ảnh và bản sắc”** được Tiến sĩ Nguyễn Thành Trung thực hiện cũng với mong muốn 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 đông đảo bạn đọc quan tâm đến vấn đề trên.

Dàn sao Việt hội ngộ trên thảm đỏ  
ra mắt “Linh miêu – Quý nhập  
tràng”

5

Báo An ninh Thủ đô

Theo quan điểm của tác giả, có 3 vấn đề cơ bản đặt ra cho mỗi vùng đất, mỗi địa phương. Thứ nhất, hình ảnh địa phương là như thế nào trong tâm trí của khách hàng mục tiêu của địa phương, hoặc tâm trí của từng nhóm đối tượng hữu quan tương tác với địa phương; và trong các nhận thức đó thức đó thì hình ảnh địa phương khác biệt thế nào trên phạm vi thế giới, ngoại trừ các khác biệt nhờ vị trí địa lý đem lại. Thứ hai, chính quyền địa phương phải xây dựng thương hiệu và hình ảnh địa phương như thế nào, điều này đòi hỏi bản sắc và định hướng tầm nhìn hình ảnh địa phương trong tương lai phải khá rõ ràng và được chia sẻ thấu đáo với tất cả các nhóm đối tượng hữu quan của địa phương. Thứ ba, ai sẽ là người đảm nhiệm công việc xây dựng thương hiệu địa phương. Để có được thành công thực sự, các địa phương cần những người làm việc mang nguyên tắc thực thi và hiệu quả, có nhiệm vụ và sứ mệnh rõ ràng, có đủ nguồn lực và cơ chế để có thể vận hành một cách tốt nhất công việc được giao.

**Trong cuốn sách này, địa phương được hiểu gồm** quốc gia, tỉnh, thành phố, hoặc một vùng địa lý có biên giới và chính quyền điều hành. Trong đó, tập trung vào cách tiếp cận xây dựng thương hiệu địa phương với vai trò của chính quyền tỉnh, thành phố.

*“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.”* - Tiến sĩ Nguyễn Thành Trung bày tỏ.

Cũng theo tác giả cuốn sách, 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?”.

*“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 nói thêm.

Sách dày 265 trang, nội dung gồm 6 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.

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: Thẩm Quyển (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

## BÌNH LUẬN

Nhập nội dung bình luận


Ý kiến của bạn sẽ được biên tập trước khi đăng. Xin vui lòng gõ tiếng Việt có dấu

GỬI BÌNH LUẬN

## TIN CÙNG CHUYÊN MỤC

ĐBQH: Phim ngắn mà quảng cáo quá dài, đang đoạn hấp dẫn thì chèn ngang... rất vô duyên

Robot thông minh phục vụ thực khách tại Lễ hội văn hóa Ẩm thực Hà Nội 2024

Ca sĩ - chiến sĩ Trần Thu Hương trở lại ấn tượng với MV hát về Than Uyên và xứ Mường 

Hồ Quỳnh Hương gây xúc động khi hát về tình mẫu tử tại đêm nhạc "Sáng đạo trong đời"

Bùi Khánh Linh mặc trang phục gây tranh cãi khi nhận giải thưởng "Hoa hậu Liên lục địa 2024"

Kaitly Nguyễn lần đầu tiết lộ mối quan hệ "khó nói" với Trần Ngọc Vàng và Thanh Sơn

"Bữa tiệc" âm nhạc Vienna và những tràng pháo tay dài không dứt


Nghệ sĩ piano Nguyễn Việt Trung biểu diễn "Chopin: Huyền diệu dương cầm"


Diễn viên Huỳnh Kiến An dành hơn 1 tháng tập luyện cho vở kịch XR đầu tiên tại Việt Nam

Hơn vạn khán giả hoà giọng hát Quốc ca tại "Hà Nội Rock 2024"

Tiến Luật - Thu Trang tình tứ trên thảm đỏ sự kiện

Chương trình nghệ thuật thời trang "Đường chúng ta đi"

 Địa chỉ tòa soạn: Số 82 Lý Thường Kiệt - Hoàn Kiếm - Hà Nội

 Điện thoại: +84-24 3942 6355


 Đường dây nóng: 0936 273 037

 Antdcahn@gmail.com

 PHIÊN BẢN MOBILE

 CỘNG TÁC ANTD

 TRA CỨU XE

 ĐƯỜNG DÂY NÓNG

Giấy phép hoạt động báo chí số 08/GP-BTTTT, ngày 5/1/2021 của Bộ Thông tin và Truyền thông.

**Tổng Biên tập Báo CAND:** Phạm Quang Khải

**Trưởng BBT An ninh Thủ đô:** Nguyễn Thanh Bình

**Phó Trưởng BBT An ninh Thủ đô:** Lưu Hồng Quân, Chu Quốc Dũng, Vũ Mạnh Hùng

Bản quyền thuộc An ninh Thủ đô. Cấm sao chép dưới mọi hình thức nếu không có sự chấp thuận bằng văn bản.