

[Trang chủ](#) > [Đời sống](#)

## 'Thương hiệu địa phương: Hình ảnh và bản sắc': Cuốn sách thiết thực cho cán bộ quản lý và giảng dạy

| 20/11/2024 11:07

**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.**

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 đông đảo 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 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, từ đó đem lại cơ hội phát triển kinh tế và văn hóa.

Tính cấp thiết cần phải xây dựng thương hiệu địa phương, theo lý giải của 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.



Sách dày 265 trang, nội dung cuốn sách 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, từ đó đem lại cơ hội phát triển kinh tế và văn hóa.

recommended by mgid



**PARASOTIC**  
Hơi thở hôi? Làm sạch ký sinh trùng! Ghi lại công thức

TÌM HIỂU THÊM >



Theo quan điểm của tác giả, có ba 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? Nhiều nhà lãnh đạo, quản lý thường nói: Mỗi người dân là một đại sứ xây dựng thương hiệu địa phương. Tuy nhiên, để 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.

"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.

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.



## Tin tài trợ



**Hà Nội : Ghế sofa không bán được gần như được cho đi. Xem giá!**

[Tìm kiếm quảng cáo](#)



**Hà Nội : Đồ nội thất đã qua sử dụng đang được bán với giá siêu rẻ!**

[Tìm kiếm quảng cáo](#)



**Ngắm cầu vượt Tam Tòa nối Nam Định - Ninh Bình sắp hợp long**

[phapluat.suckhoedoisong.vn](http://phapluat.suckhoedoisong.vn)



**Hà Nội : Đồ nội thất chưa bán được đang được bán gần như cho không**

Tim kiếm quảng cáo



**Hà Nội : Đồ nội thất chưa bán được đang được bán gần như cho không**

Tim kiếm quảng cáo



**Hà Nội : Tủ lạnh thanh lý sắp hết hàng - Xem giá ngay!**

Tim kiếm quảng cáo



**Xe SUV crossover cỡ trung mới dành cho người cao tuổi (xem giá)**

Tim kiếm quảng cáo



**Hà Nội : Bán tủ lạnh, gần như miễn phí! Xem giá**

Tim kiếm quảng cáo



**Đồng hồ đo đường huyết không xâm lấn chính xác đến 99%. Mua ngay**

Đồng Hồ Đo Đường Huyết



**Hà Nội : Bán đồ nội thất cũ giá rẻ!**

Tim kiếm quảng cáo



**Điều hòa không khí thông minh, không cần lắp đặt 2024**

Tim kiếm quảng cáo



**Xe điện giá phải chăng cho người về hưu, xem chi tiết**

Tim kiếm quảng cáo



**Tạm biệt nỗi lo viện phí với Bảo Việt An Gia, chỉ từ 7k/ngày**

Bảo Việt An Gia



Theo giadinh.suckhoedoisong.vn

Copy Link

Chia sẻ Facebook

Chia sẻ Zalo



Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật

sách nghiên cứu

Thương hiệu địa phương: Hình ảnh và bản sắc

Vui lòng nhập tiếng Việt có dấu

Gửi bình luận

(0) Bình luận

Xếp theo: Thời gian | [Số người thích](#)

[Xem thêm Đời sống](#)



**Nổi bật**

---

## Mới nhất

Xem thêm

Độc nhiều



Địa chỉ liên hệ: Tòa nhà Tổng cục DS-KHHGD, ngõ 8 đường Tôn Thất Thuyết, quận Nam Từ Liêm, TP Hà Nội.

Đường dây nóng: 0968995033

© Mọi hình thức sao chép thông tin, hình ảnh phải có sự đồng ý bằng văn bản.

Chuyên trang điện tử của Báo điện tử Sức khỏe & Đời sống

Tổng Biên tập: Trần Tuấn Linh

Phó Tổng biên tập phụ trách: Nguyễn Chí Long

Hoạt động theo Giấy phép số 58/GP-CBC ngày 23/7/2021 của Cục Báo chí - Bộ Thông tin và Truyền thông.

POWERED BY **ONECMS** - A PRODUCT OF **NEKO**

