

## Thesis Abstract

No. \_\_\_\_\_

Registration Number:	<input type="checkbox"/> "KOU" <input type="checkbox"/> "OTSU" No. _____ *Office use only	Name:	NGHIEM, Binh Phu
Title of Thesis: Projected and Perceived Images of Vietnam			
<p><b>Summary of Thesis:</b> The main objective of this study was to examine the images of Vietnam. On the one hand, the study investigated the images projected in the logos of Vietnam's provinces/cities. On the other hand, it measured how the international tourists, foreign residents, and local residents of Vietnam perceive the images of the country. Simultaneously, this study verified the relationships among the perceived images and other constructs, including motivation, place attachment, emotional solidarity, satisfaction, and intentions of the three subjects. The findings generated helpful implications for the management and marketing of Vietnam, especially from the perspective of tourism, as well as to contribute to the literature in place image and psychology-based marketing studies.</p> <p><b>Keywords:</b> country image, Vietnam, place logo, international tourist, foreign resident, local resident</p>			

## Thesis Abstract

No. \_\_\_\_\_

Registration Number:	<input type="checkbox"/> "KOU" <input type="checkbox"/> "OTSU" No. _____ <small>*Office use only</small>	Name:	NGHIEM, Binh Phu
Title of Thesis: ベトナムのイメージの形成及び知覚に関する研究			
<p><b>論文要約：</b> 本研究はベトナムへの観光地経営のための政策立案の基礎となる知見を得ることを目的とし、さまざまな対象によるベトナムについてのイメージ形成と知覚について分析したものである。まず、イメージの形成については、ベトナム各地にあるロゴを対象として、その表現内容・デザインを分析することにより、ロゴが喚起するベトナム・イメージを分析した。次に、ベトナムへの海外観光客、外国人居住者、および地元住民を対象としたアンケート調査により、それぞれが抱くベトナム・イメージを明らかにした。加えて、それぞれのセグメントが知覚するイメージと観光動機、地域へのアタッチメント、感情的連帯、満足度、および行動意図との関係を確認した。これらを踏まえて、本研究はベトナムの観光の経営やマーケティングに対するインプリケーションを論じた。本研究によって地域イメージ研究や心理・ベース・マーケティングに対して新たなアプローチおよび知見を提示することができた。</p> <p><b>キーワード：</b> 国のイメージ、ベトナム、地域ロゴ、海外観光客、外国人居住者、地元住民</p>			