

<<营销在中国>>

图书基本信息

书名：<<营销在中国>>

13位ISBN编号：9787801479211

10位ISBN编号：7801479211

出版时间：2003-08

出版时间：企业管理出版

作者：卢泰宏

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>

<<营销在中国>>

内容概要

本书集中反映了WTO元年中外企业对抗最激烈的领域，包括手机、汽车、食品、零售和软件等五大市场，集中展现了中国本土优秀企业的应对智慧和营销策略。

本书对个案数据和事实的反映跟踪至2003年5月，保证了个案的新鲜度和完整性。

此外，本书继续反映中国营销新领域，开辟“会展营销”和“医院营销”，新推“中国营销英雄”。

战略思维交锋、策略执行争辩和行业争议聚焦真实记录了中国企业转型中的困惑。

每一个案例都新增“CMC”点评，对读者更具参考和启示价值。

<<营销在中国>>

书籍目录

第一章中国企业WTO新策略

新策略一：应诉反倾销

新策略二：推行“走出去”战略

相关链接：中国企业“走出去”的五种模式

新策略三：争夺高瑞市场

新策略四：向标准冲刺

新策略五：战略性圈地

年度标杆个案：福耀玻璃胜诉反倾销

观点争锋：反倾销是不是中国企业的必修课

市场观察：“中国制造”的世界蓝图

个案1：了不起的东荣制造能力

相关链接：东荣招商投资税收优惠待遇

观点争锋：中国是不是世界工厂

个案2：打造中国3G标准

大唐移动TD - SCDMA

相关链接：新兴市场中本土企业的生存战略

.....

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>