

<<跨国公司行销中国>>

图书基本信息

书名：<<跨国公司行销中国>>

13位ISBN编号：9787806533154

10位ISBN编号：780653315X

出版时间：2002-5-1

出版时间：广东旅游出版社

作者：卢泰宏

页数：609

字数：500

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>

<<跨国公司行销中国>>

内容概要

直面中国入世后新的市场营销环境，本土企业最重要的任务是学习-适应-创新。

全书百余个实战案例，其中大型非常个案28个，专题个案75个；
并链接丰富的相关背景资料和数据。

全方位透视跨国公司近十几年在中国市场的行销活动，浓度分析跨国公司在华的战略到策略，为本土公司适应WTO国际竞争提供生动的、近距离的、活鲜的启示。

全面含盖不同行业的跨国公司和品牌；
既有跨国公司成功的秘诀、又有其失败的启示。

作者简介

卢泰宏：中山大淡国际营销教授、博士生导师，中国营销研究中心（CMC）主任；国际飞利浦，科特勒营销理论贡献奖（Kotler Marketing Award-Theory）中国首位唯一获奖者。
国家自然科学基金管理学科评审成员（第7届），享受国务院颁突出贡献政府津贴。
上海师大，南昌大学兼职

<<跨国公司行销中国>>

书籍目录

导言 跨国公司给了我们什么启示

第1章 趋势：跨国公司重心移向中国

战略篇

第2章 跨国公司的中国化思维

第3章 跨国公司合作与并购战略

第4章 跨国公司逐鹿中国：品牌为王

第5章 跨国公司人力资源战略与公司文化

策略篇

第6章 跨国公司顾客向的市场研究

第7章 跨国公司通路终端策略

第8章 跨国公司价格与销售管理

第9章 跨国公司中国市场传播策略

第10章 跨国公司中国产品开发策略

学习篇

第11章 跨国公司挫折案例

第12章 本土公司向跨国公司学习什么

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>