<<行销中国03报告(下)>>

图书基本信息

书名: <<行销中国03报告(下)>>

13位ISBN编号:9787213026928

10位ISBN编号: 7213026925

出版时间:2003-10

出版时间:浙江人民出版社

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

<<行销中国03报告(下)>>

内容概要

中国加入WTO前后,国内曾有"营销提升"的观点,这是一个积极的主张,但也可能隐含了一个错误的假设:在营销上中国本土企业是"小学生",跨国公司是"大学生","提升"意味着完全以跨国公司为标杆。

这一说法因此而可能产生偏差或误导,问题出在跨国公司在中国也需要与中国市场互动,并适应创新

更何况,如果只有与对手一样的策略,或只是模仿对手,有可能竞争取胜吗?

<<行销中国03报告(下)>>

作者简介

卢泰宏:中国中山大学国际营销教授、博士生导师,中国营销研究中心(CMC)主任。

主要领域:中国营销与消费者行为,品牌营销、营销传播与广告。

主要著作:《跨国公司行销中国》《行销中国03报告》《行销中国02报告》《营销中国2001》《行销大中国》《整体品牌设计》《实效促销SP》《广告创意-个案与理论》《解读跨国广告公司》《互联网

营销教程》《行销体育》《信息资源管理》《国家信息政策》《信息分析方法》等。

<<行销中国03报告(下)>>

书籍目录

序 创新中国行销 一 困惑篇 第10章 战略观点交锋 1 进入还是退出?

1.1 市场观察:白酒业"围城"现象

2有没有市场机会?

2.1 观点争锋:中国家电业的前景 2.2 市场观察:见证中国彩电业回暖 2.3 个案27:创维坚守彩电阵地获佳绩

.

3中国房地产有没有"泡沫"?

.

4由难而易还是由易而难?

5 多元化还是专业化?

第11章 策略执行争辩

.

附录:年度十大挫折档案

.....

二创新篇

第12章 年度创新记录

.

第13章 新营销

.

附录:中国营销大事记(2002.1-2003.6)

后记

<<行销中国03报告(下)>>

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