

<<日本企业在华广告20年>>

图书基本信息

书名：<<日本企业在华广告20年>>

13位ISBN编号：9787501942480

10位ISBN编号：750194248X

出版时间：2004-5

出版时间：中国轻工业出版社

作者：王菲, 倪宁等著

页数：439

字数：500000

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>

<<日本企业在华广告20年>>

内容概要

通过系统地分析，我们将日本企业在中国20余年的广告活动分为了20世纪70年代末至80年代初的探索期、20世纪80年代的活跃期、20世纪90年代的平衡期、21世纪的新趋向四个时期，作为背景补充，我们还对改革开放前日本在中国的广告活动进行了粗略的探讨，并将日本在华经济活动概况置于全文之首，作为分析各阶段广告活动的大环境因素，这些部分构成了本书年篇。

同时，为了较全面的呈现出日本企业在华广告活动20余年的面貌，对活动个体的探讨也是必需的，所以，在本书的下篇我们择取了汽车、化妆品、家电、电子产品等行业领域内有代表性的日本企业及其产品作为研究对象，对其在中国的广告活动进行了描述及分析。

<<日本企业在华广告20年>>

书籍目录

上篇 概况篇 第一章 日本在华经济活动概况 第一节 日本在华投资的历史背景 第二节 日本在华投资的特点 第三节 日本在华投资的新趋向 第二章 改革开放前日本企业在华广告活动 第一节 20世纪20年代至50年代 第二节 20世纪50年代至70年代末 第三章 20世纪70年代末至80年代初的探索期 第一节 日本在中国的投资特点 第二节 日本在中国广告业务的开展 第四章 20世纪80年代的活跃期 第一节 日本在华合资广告公司的设立 第二节 80年代日本广告公司在中国的活动 第三节 日本企业广告活动 第五章 20世纪90年代的平稳期 第一节 20世纪90年代中国广告业的发展 第二节 20世纪90年代前期日本在华广告活动的发展 第三节 20世纪90年代后期日本在华广告活动的衰退 第六章 21世纪的新趋向 第一节 新一轮日本企业对华投资热潮的兴起 第二节 日本企业在华广告活动 第七章 日本在华企业广告活动的效果与影响 第一节 日本在华企业广告活动对中国广告活动的影响 第二节 日本在华企业广告活动的特征总结 第三节 日本在华企业广告活动的评价 下篇 实例篇 第八章 日本汽车企业在华广告活动 第九章 日本化妆品企业在华广告活动 第十章 日本家电企业在华广告活动 第十一章 日本电子企业在华广告活动 第十二章 其他

<<日本企业在华广告20年>>

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>