

<<扩张>>

图书基本信息

书名：<<扩张>>

13位ISBN编号：9787301068694

10位ISBN编号：7301068697

出版时间：2004-1

出版时间：北京大学

作者：李光斗

页数：215

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>

<<扩张>>

内容概要

与您分离世界500强企业管理培训精华！

“知己知彼，百战不殆。

”本书透彻剖析了跨国公司的中国攻略。

书中通过大量详实的案例，从成败两方面道出了跨国公司在中国的攻守之道，有助于读者了解跨国公司在中国的品牌成长，同时对中国品牌建设有现实借鉴意义。

该书对跨国公司竞争战略的分析研究立意独特，观点深刻，深入浅出，文笔生动，读来饶有趣味，而且让人颇受教益。

作者简介

李光斗，著名广告策划人，中国十大策划人之一。

毕业于复旦大学新闻学院，1988年代表中国大学生参加在新加坡举行的亚洲大专辩论会，荣获冠军。

曾任复旦大学研究生会副主席。

1995年作为中国广告代表团成员赴美国考察。

自1990年开始从事市场营销和广告策划工作，先后担任全国十几家著名企业的常年营销广告顾问，亲历了改革开放后中国品牌的发展历程，具有丰富的中国广告策划和市场营销经验，曾获全国电视广告银奖。

书籍目录

跨国公司中国攻略之SAMSUNG篇——三星再造 小引 英雄莫问出处 三星的“新经营运动”“质量经营”——三星品牌再造的第一基因 战略布局——抓住数字化时代的契机 三星的新品牌战略 High到最高峰的体育营销 让三星成为新数字化生活的品牌代言人 品牌跟进与超越策略 品牌重心移向中国 战略调整 中国与世界同步的营销策略 三星品牌再造给中国企业的启示跨国公司中国攻略之AUDI篇——奥迪品牌在中国的提升 小引 奥迪：早年的英雄 奥迪品牌形象在中国的异化：官车 奥迪品牌在中国的提升 奥迪提升品牌形象的营销策略 拉近与消费者的距离 选择奥迪就是选择有品位的生活 让客户在渠道中体验奥迪的品牌竞争力 奥迪的终极目标跨国公司中国攻略之ERICSSON篇——爱立信中国市场七宗错跨国公司中国攻略之XFROX篇——谁弄丢了施乐？ 跨国公司中国攻略之Walt Disney篇——迪斯尼的中国旋风跨国公司中国攻略之STARBUCKS篇——星巴克的品牌传奇跨国公司中国攻略之MOTOROLA篇——摩托罗拉的品牌创新

<<扩张>>

编辑推荐

《扩张：跨国公司凭什么？

》随着中国经济市场开放程度的加大和市场化进程的日益深化，跨国公司在中展开了大规模的扩张战略，中国市场已经成为跨国公司全球战略版图的争夺中心。

跨国公司已成为中国企业竞争的主要对手，将与我们的企业在同一市场甚至更多的市场中博弈。

<<扩张>>

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>