

Marketing pod presją globalizacji

Tytuł: Marketing pod presją globalizacji

Autor: Wacław Śmid

Wydawnictwo: Placet

Rok wydania: 2002

ISBN: 83-85428-75-5

Format: 150x210 mm

Objętość: 240 str.

Cena: 50 PLN

Cena dla prenumeratorów: 47 PLN

Filozofią biznesu będzie globalizacja, ale z zachowaniem specyfiki regionalnej. W regionach trzeba szukać źródeł inwencji, które powinny stanowić główny materiał do przemyśleń w procesie projektowania produktów i usług oraz nowych potrzeb przez np. zespoły zadaniowe, czy też inne, specjalnie powoływane do tego celu zespoły twórców, kreatorów i ekspertów. Bowiem szeroko pojęta kultura jest dla metamarketingu wręcz niewyczerpalną kopalnią pomysłów, inwencji, skojarzeń i wszelkich tych działań twórczych w marketingu, które prowadzą prostą drogą do sukcesu.