



Nowe Chińskie Luksusowe Marki w Erze Cyfrowej: Kultura i Transformacja

Indeks: **831349** Producent: **Springer**

Cena: **521.58 zł**

Opis

Chinese Local New Luxury Brands in a Digitally Empowered Era: Cultivation, Transformation and Upgrading

Producent: Springer

Nowoczesne luksusowe marki chińskie to kwintesencja elegancji i innowacyjności w erze cyfrowej. Książka "Nowoczesne Luksusowe Marki Chińskie w Erze Cyfrowej: Kultura, Transformacja i Rozwój" autorstwa Hongbo Lai to esencja chińskiego stylu i nieustających działań w kierunku doskonałości. Przeplatając kulturę, transformację i rozwój, ta książka odkrywa sekrety sukcesu chińskich marek luksusowych i ich drogę do nowoczesności.

Zanurz się w fascynującym świecie luksusowych marek chińskich, gdzie kultura, transformacja i rozwój stanowią fundamenty nowoczesności. Autor przedstawia unikalną perspektywę na digitalizację chińskiego rynku luksusowego oraz preferencje klientów w Chinach i Azji. Książka "Nowoczesne Luksusowe Marki Chińskie w Erze Cyfrowej" to niezwykle źródło wiedzy dla wszystkich zainteresowanych biznesem międzynarodowym, marketingiem i rozwojem marek luksusowych.

Odkryj tajemnice luksusowych marek chińskich i ich transformację w erze cyfrowej. Ta książka przeniesie Cię w fascynującą podróż po historii, kulturze i doskonałości chińskich marek luksusowych. "Nowoczesne Luksusowe Marki Chińskie w Erze Cyfrowej: Kultura, Transformacja i Rozwój" to nie tylko książka, to inspirujący przewodnik po świecie luksusowych marek z Chin i Azji.

- **temat:** BUSINESS & ECONOMICS / International / General, BUSINESS & ECONOMICS / Marketing / General, Business & Economics/International - General, Business & Economics/Marketing - General, HC/Wirtschaft/Internationale Wirtschaft, HC/Wirtschaft/Werbung, Marketing, Hardcover, Softcover / Wirtschaft/Internationale Wirtschaft, Asia, Asien, China, International business, Market research, Sales & marketing, BUSINESS & ECONOMICS / International / General, BUSINESS & ECONOMICS, International, General, BUSINESS & ECONOMICS / Marketing / General, Marketing, Asian Business, Emerging Markets/Globalization, Emerging Markets, Globalization, Emerging Markets and Globalization, HC/Wirtschaft/Internationale Wirtschaft, HC, Wirtschaft, Internationale Wirtschaft, HC/Wirtschaft/Werbung, Marketing, Werbung, Marketing, Luxury Marketing;Transformation and Upgrading of Chinese Brands;Digital Marketing;Digital Transformation;Customer Preference in China, Asia, Development economics and emerging economies, Sales and marketing, International business, Manufacturing industries, Market research, Sales & marketing, Brands and branding, Development economics and emerging economies, Entwicklungsökonomie und Schwellenländer, Internationale Wirtschaft, Internationales Management, Marketing und Vertrieb, Sales and marketing, Vertrieb und Marketing
- **wiążący:** paperback
- **język:** english, english, english
- **waga przedmiotu:** 273 grams

- **strony:** 171
- **słowo kluczowe tematu:** Luxury Marketing; Transformation and Upgrading of Chinese Brands; Digital Marketing; Digital Transformation; Customer Preference in China, Luxury Marketing;Transformation and Upgrading of Chinese Brands;Digital Marketing;Digital Transformation;Customer Preference in China, Luxurymarketing; TransformationandUpgradingofChineseBrands; digitalmarketing; DigitalTransformation; CustomerPreferenceinChina
- **kod podmiotu:** 1FPC, 1787, 1785, 1787, 1F, 1F, KJSC, KCM, KCM, KJK, KJS, KJS, KJS, BUS035000, BUS043000, BUS035000, BUS043000, KJK, KND, KJSM, KJS
- **grupa docelowa:** General/trade
- **Liczba przedmiotów:** 1
- **kolor:** Yellow
- **waga opakowania przedmiotu:** 0.28 kilograms
- **wydanie:** 1st ed. 2021
- **producent:** Springer
- **zewnętrznie przypisany identyfikator produktu:** 9789811621475, 09789811621475
- **autor:** Lai, Hongbo
- **gatunek muzyczny:** International business, Market research, Sales & marketing, BUSINESS & ECONOMICS, International, General, BUSINESS & ECONOMICS, Marketing, General, HC, Wirtschaft, Internationale Wirtschaft, HC, Wirtschaft, Werbung, Marketing, International business, Asia, Development economics and emerging economies, Sales and marketing
- **Data publikacji:** 2022-05-22T00:00:01Z
- **numer wydania:** 1
- **nazwa przedmiotu:** Chinese Local New Luxury Brands in a Digitally Empowered Era: Cultivation, Transformation and Upgrading
- **data premiery:** 2022-05-22T00:00:01Z
- **data uruchomienia strony produktu:** 2022-04-24T04:02:22.049Z

Parametry

Numer ISBN	9789811621475
Wydanie	1. edycja 2021
Liczba stron	171
Waga	273 gram
Język	angielski