

(Pdf free) Moda e economia d'impresa: mercato, prezzo, prodotto, distribuzione: 11 (Brand imprese mercati) (Italian Edition)

Moda e economia d'impresa: mercato, prezzo, prodotto, distribuzione: 11 (Brand imprese mercati) (Italian Edition)

Renzo Ruella

ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



 Download

 Read Online

#4494993 in eBooks 2013-08-29 2013-08-29 File Name: B00EVAXIQ8 | File size: 26.Mb

Renzo Ruella : Moda e economia d'impresa: mercato, prezzo, prodotto, distribuzione: 11 (Brand imprese mercati) (Italian Edition) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Moda e economia d'impresa: mercato, prezzo, prodotto, distribuzione: 11 (Brand imprese mercati) (Italian Edition):

Con riguardo al settore della Moda questo libro tratta due tipi di macro argomenti che sono centrali nella gestione di ogni impresa: l'analisi della situazione competitiva in cui un produttore agisce e la definizione delle politiche di

marketing di prodotto, servizio, prezzo, distribuzione e comunicazione, con cui concretizza la propria offerta. Un libro unico per approfondimento, ampiezza dell'analisi, visione globale dei mercati come quelli dell'UE a 15, Norvegia, Svizzera, USA, Canada, Giappone, come a importanti segmenti di consumatori dei Paesi emergenti o delle grandi realtà come Cina, India e Russia. Attualità delle informazioni che ne fanno una guida indispensabile per chiunque si interessi o lavori, anche con funzioni creative, nel vasto settore della Moda. Non trascura i grandi temi dell'industria, i cambiamenti più incisivi: il predominio della subfornitura rispetto alla produzione interna e l'ingresso diretto degli stilisti nell'offerta; l'espansione delle reti di vendita monomarca che ridisegnano la distribuzione e il successo del fast fashion che cambia il quadro dei cicli operativi dell'industria della moda. Il centro dell'attenzione è peraltro orientato sulla gestione dell'impresa della moda, nell'intento di proporre dei procedimenti capaci di ridurre il rischio delle decisioni a cadenza stagionale o annuale, tenendo conto del presente e delle tendenze in atto. L'idea di fondo è che il testo possa essere utile a più tipi di lettori. Costituire per taluni un inserimento nella microeconomia della moda, in quanto studenti o nuovi interessati alla materia. Fornire ad altri, direttamente coinvolti, in organizzazioni di tipo produttivo o distributivo, nelle aree marketing, commerciali, di prodotto e direzionali, una rassegna di situazioni, opportunità e problemi che tali operatori del settore si trovano o si potrebbero trovare a considerare, accompagnata da una sorta di "cassetta degli attrezzi" da cui attingere suggerimenti di possibili vie di soluzione.