

#senzatiimore

Guida per entrare con successo nei mercati cinesi

INDICE

Capitolo 1. La lingua cinese ieri-oggi-domani: comprendere il contesto linguistico e culturale *di Marzia Francesca Colpano*

Introduzione

1. La lingua cinese

1.1. Introduzione e cenni storici

1.2. Il carattere cinese

1.2.1. I radicali

1.3. L'analisi morfologica e sintattica

2. I perché della scelta

2.1. Uno sguardo al futuro

2.2. L'importanza della cultura

2.3. Il valore aggiunto

2.4. Conoscere e capire

3. Come muoversi nell'universo dei caratteri

3.1. Gli strumenti

3.2. Gli errori da non commettere

3.3. Il carattere cinese nell'era digitale

Conclusioni

Capitolo 2. Marketing, comunicazione e comportamentistica: strumenti e tecniche nella relazione con l'interlocutore cinese *di Giovanna Stumpo*

Premessa

1. Offerta di prodotto ed "orientamento al Cliente": principio e strumenti di prima applicazione

2. Offerta di servizio e "Fattori della qualità rilevante": concetto e metodi applicativi

3. "Ascolto attivo nella comunicazione": variabili ed elementi rilevanti da considerare;

4. Conoscere i fondamenti di cultura e tradizioni: alcune informazioni a necessario complemento;

Brevi considerazioni conclusive.

Capitolo 3. Comunicare gli studi professionali nel contesto cinese

di **Marco De Angeli**

1. Conoscere la Cina
2. Il processo di comunicazione
 - 2.1. Avvicinarsi alle aziende cinesi
3. Quali domande porsi per una comunicazione efficace
4. La comunicazione sui media classici
5. La comunicazione on line

Conclusioni

Capitolo 4. Mercato del lusso e tutela della proprietà intellettuale in Cina di Giampaolo Naronte

Abstract

PARTE I

1. Il *luxury* market in Cina
2. Il concetto di *luxury* market in Cina
3. Il settore “moda & lusso” in Cina
4. Il consumatore cinese dei prodotti di lusso
5. Il COO (Country of Origin) effect
6. Marketing e comunicazione in Cina nel settore “moda & lusso”.

PARTE II

Introduzione

1. La protezione del marchio d'impresa
2. La specifica tutela del marchio noto
3. La tutela del brevetto e del design
4. I contratti di trasferimento di tecnologia
5. Lo sviluppo dell'e-commerce: nuovi scenari per il marketing e la tutela dei consumatori.

INTERVISTE E TESTIMONIANZE

NOTA BIBLIOGRAFICA E SITOGRAFIA

PROFILI DEI COAUTORI