

# PHILIP KOTLER

MARC OLIVER OPRESNIK KOHZOH TAKAOKA

Hoài Linh dịch

Kotler

Opresnik

# MARKETING

TRONG CUỘC  
CÁCH MẠNG  
CÔNG NGHỆ



BOOKS

NHA XUẤT BẢN  
THẾ GIỚI

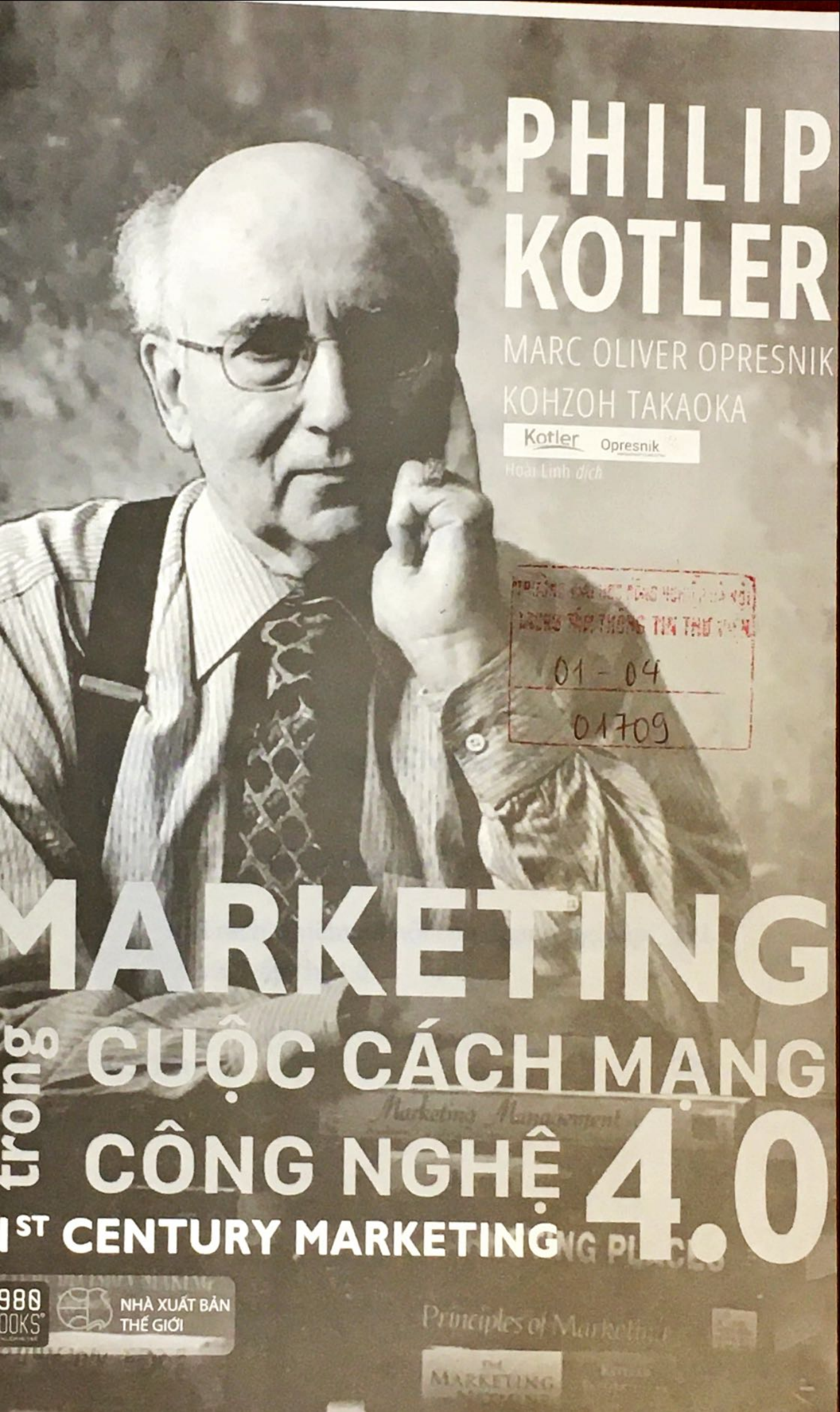
MARKETING PLACES

Principles of Marketing

THE  
MARKETING  
NATIONS

KOTLER  
INTERNATIONAL  
MARKETING





# PHILIP KOTLER

MARC OLIVER OPRESNIK

KOHZOH TAKAOKA

Kotler Opresnik

Hoài Linh dịch

TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÁCH KHOA HÀ NỘI  
TRUNG TÂM THÔNG TIN THƯ VIỆN  
01-04  
01709

# MARKETING

trong CUỘC CÁCH MẠNG

CÔNG NGHỆ 4.0

1<sup>ST</sup> CENTURY MARKETING

988 BOOKS  
NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI

Principles of Marketing

THE MARKETING SYSTEM

## Mục lục

Lời tựa		9
<b>1</b>	Số hóa và Tiếp thị Truyền thông mạng Xã hội	13
<b>2</b>	Thay đổi thông qua Đổi mới	87
<b>3</b>	Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và Tiếp thị 4.0	191
Lời kết		229



*Gửi tặng đến vợ tôi, Nancy, người bạn đồng hành và  
nàng thơ trong suốt cuộc đời tôi. —*

— PHILIP KOTLER —

*Gửi tặng đến Charlie, Christine và Simon.*

— MARC OLIVER OPRESNIK —

*Gửi tặng đến tất cả doanh nhân, những người đang  
phấn đấu để tạo ra đổi mới.*

— KOHZOH TAKAOKA —

## Lời tựa

**T**hế giới phẳng là nhan đề của một cuốn sách được Thomas L. Friedman, tác giả đoạt giải Pulitzer, viết vào năm 2005. Theo ông, đầu thế kỷ 21 sẽ được ghi nhớ không phải vì xung đột quân sự hay các sự kiện chính trị, mà bởi đó là thời đại toàn cầu hóa – một thế giới được “san phẳng”.

Friedman đã nói đúng: Sự bùng nổ nhanh chóng những công nghệ tiên tiến ngày nay có nghĩa là tất cả các nguồn thông tin và các tài nguyên đều được kết nối trên khắp hành tinh này, lần đầu tiên trong lịch sử san bằng “sân chơi”, để mỗi doanh nghiệp đều có tiềm năng trở thành