
ÍNDICE GENERAL

PARTE 1

Diseño de estrategias para la competencia multinacional

Introduction 1

LECTURAS

- ◆ **Cómo triunfan las compañías globales**, de Thomas Hout, Michael E. Porter y Eileen Rudden 11
- ↳ **¿En verdad tiene usted una estrategia global?**, de Gary Hamel y C.K. Prahalad 31

CASOS

- Benetton**, de James L. Heskett y Sergio Signorelli 51
- La industria farmacéutica mundial: perspectivas para los años ochenta**, de Robert D. Buzzell 81
- División farmacéutica de Ciba-Geigy: la planeación extratéctica multinacional**, de Robert D. Buzzell 96
- ↳ **Grupo Henkel: marcas de cobertura y decisiones de globalización**, de Robert J. Dolan 117
- Mövenpick Unternehmungen**, de Ulrich Wiechmann y Kate Gillespie 135

PARTE 2

Diseño de programas de mercadotecnia multinacional

Introduction 159

LECTURAS

¿Puede usted estandarizar la mercadotecnia multinacional?, de Robert D. Buzzell 168

λ La globalización de los mercados, de Theodore Levitt 191

CASOS

λ Hoover: planeación multinacional de productos, de Robert D. Buzzell y Jean-Louis LeCocq 211

Computervision Japan, de Rowland T. Moriarty 235

Fisher-Price Benelux, de Robert D. Buzzell, Carlos del Nero y Stephen Muirhead 263

Minolta Camera Co., Ltd., de Ulrich Wiechmann 283

British Airways, de John A. Quelch 295

PARTE 3

Organización y control de las operaciones multinacionales

Introduction 325

LECTURAS

ρ Estandarización de la mercadotecnia global, de John A. Quelch y Edward J. Hoff 333

Compañías multinacionales: bájense del volantín de la reorganización, de Christopher A. Bartlett 353

CASOS

Nestlé S.A.: mercadotecnia internacional, de John A. Quelch y Edward J. Hoff 369

Chandler Home Products, de Michael Y. Yoshino y Yaakov Keren 402

Procter & Gamble, División Europa: el lanzamiento de Vizir, de Christopher A. Bartlett 429

Yoshida Kogyo K.K., de Ulrich Wiechmann 459

Citibank: mercadotecnia para clientes multinacionales, de Robert D. Buzzell 474

BIBLIOGRAFÍA 504