

《国际市场学》

图书基本信息

书名：《国际市场学》

13位ISBN编号：9787310006656

10位ISBN编号：7310006658

出版时间：1995-11-01

出版社：南开大学出版社

作者：李景泰

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《国际市场学》

内容概要

本书按照我国目前高等学校教学用书的一般要求，全面而系统地介绍了有关国际市场学的新概念、新理论、新方法和新技术。在介绍企业的国际市场营销的战略和策略时，强调了理论必须与实际相联系的原则，并着重强调了市场营销在不同国家（或地区）之间存在差异性的主要原因不是在原理、原则和方法方面，而在于不同的国家（或地区）的环境不同的作用。因此，本书首先论述了国际市场经营的环境，并以上述基本观点指导全书各章，强调因地制

书籍目录

序言

第一章 概论

第一节 什么是国际市场学

第二节 国际贸易与国际市场学

第二章 国际市场经营环境（上）

第一节 国际文化环境

第二节 国际政治与法律环境

《国际市场学》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com