

《国际市场营销》

图书基本信息

书名：《国际市场营销》

13位ISBN编号：9787561413012

10位ISBN编号：7561413017

出版时间：1996-3

出版社：四川大学出版社

作者：王雅梅

页数：317

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

《国际市场营销》

内容概要

国际市场营销学作为一门专门研究和指导企业成功的开拓和占领国际市场，进行国际市场经营管理的新兴应用学科，在当代的市场经济竞争中尤显重要，为帮助涉外经济专业的学生和从事对外经济贸易工作的人员学习和了解国际市场营销的基本理论和实务知识，树立现代市场营销观念，作者为我们编写了这本《国际市场营销》。本书12章，内容涉及国际市场营销管理过程、国际市场调研与预测、国际市场营销环境和消费者市场、组织市场及其购买行为等众多方面。作者在本书每章后都附有案例及思考题，以帮助学生更好的学习和掌握本书的内容。本书编写过程中参阅了国内外学术专著、教材、论文及各种资料，内容详细全面，适用于国内高等院校涉外经济专业师生使用，也可作为从事对外经济工作的人员的参考读物。

《国际市场营销》

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