

# 《国际市场营销管理学》

## 图书基本信息

书名：《国际市场营销管理学》

13位ISBN编号：9787213024931

10位ISBN编号：7213024930

出版时间：2002-11

出版社：浙江人民出版社

作者：顾春梅

页数：532

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](http://www.tushu000.com)

# 《国际市场营销管理学》

## 内容概要

《国际市场营销管理学》正是在这一大背景下付梓出版的，希望它能对我国企业的国际化经营提供一定的理论指导，使更多的中国企业顺利走向国际市场，在国际市场上占据有利的竞争地位。随着经济全球化的发展，企业所面对的是全球市场，如何运用国际市场营销管理（简称国际营销）理论，更好地把握国际市场的特点，制定科学的国际营销决策，已成为世界各国企业共同的课题。加入WTO，意味着中国将全面参与经济全球化的进程。我国的对外开放程度将越来越高，越来越多的跨国公司 will 进入中国市场，我国企业在国内市场上就将面临激烈的国际竞争。企业不仅需要学会在国内市场上与国际大公司过招，而且需要主动进军国际市场，积极参与国际竞争，分享经济全球化的利益。中国企业只有走出去，才能更好地享受作为世贸组织成员国企业应享有的权利，才能获得新的发展机遇。

# 《国际市场营销管理学》

## 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](http://www.tushu000.com)