

《国际市场营销学》

图书基本信息

书名：《国际市场营销学》

13位ISBN编号：9787542921390

10位ISBN编号：7542921398

出版时间：2008-7

出版社：立信会计出版社

页数：305

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

《国际市场营销学》

内容概要

《国际市场营销学》是以当代经济全球化的发展为背景，较为系统地介绍了国际文化环境、国际金融环境、国际经济环境，对国际营销的理论与实践问题进行了深入地阐述，介绍了国际营销学的理念及其演化进程，论述了企业如何选择和进入国际市场，通过讲述国际战略规划、市场细分战略、竞争战略从而为企业提供了进入国际市场的途径和战略，通过对国际营销中的产品、渠道、价格和促销等策略的论述，为企业提供了开拓国际市场的具体方法。《国际市场营销学》读者对象为高等院校经济管理类专业本科及专科学生和从事国际营销的人员。

《国际市场营销学》

书籍目录

第1章国际市场营销学导论第2章国际市场营销的经济环境第3章国际市场营销的文化环境第4章国际市场营销的政治环境和法律环境第5章国际市场营销调研和信息系统第6章国际市场营销战略第7章国际市场细分与国际目标市场的选择第8章国际市场的产品策略第9章国际市场的价格策略第10章国际市场的分销策略第11章国际市场的促销策略第12章国际市场营销的组织第13章国际市场营销的控制参考书目

《国际市场营销学》

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