

《全球营销》

图书基本信息

书名：《全球营销》

13位ISBN编号：9787500571506

10位ISBN编号：750057150X

出版时间：2004-1

出版社：中国财政经济出版社

作者：乔尼·约翰逊

页数：556

译者：江林

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

《全球营销》

内容概要

本书从三个方面——进入外国市场、本土化营销、全球化管理——论述了全球化企业的运营,这些内容在标准的营销教材中很少涉及,这使得本书具有宏阔的视角.

《全球营销》

作者简介

乔尼·约翰逊教授，国际营销战略领域和消费者决策领域的著名专家，美国乔治敦大学麦克多诺商学院麦克雷恩/夏克国际商务与营销协会主席，并在多所大学从事全球市场营销的教学和理论研究工作。约翰逊教授还曾在多个国家的大型跨国公司担任过企业顾问，在全球营销领域具有丰富的实践经验。

《全球营销》

书籍目录

序言致谢第一部分 基本原理第1章 全球营销工作第2章 理论基础第3章 文化基础第二部分 进入国外市场第4章 国外市场进入研究第5章 出口扩张第6章 许可、战略联盟、对外直接投资第三部分 本土化营销第7章 本地购买者行为、市场细分和定位第8章 成熟市场的本土化营销第9章 新兴市场的本土化营销第10章 在新兴市场的本土化营销第四部分 全球化管理第11章 全球化产品第12章 全球化服务第13章 全球定价第14章 全球分销第15章 全球广告第16章 全球促销、电子商务和人员推销第17章 全球营销的组织附录 全球营销计划

《全球营销》

编辑推荐

《全球营销》一书的目标读者是工商管理专业的MBA、研究生和高年级本科生，以及企业的营销和管理人员、经济管理领域的教学和研究人員。建议读者最好具备一定的市场营销基础知识，这对阅读《《全球营：进入国外市场从事本土化营销实施全球化管理（第3版）》会有更深刻的体会。

精彩短评

1、非常详尽的教科书

章节试读

1、《全球营销》的笔记-第251页

对于一个想进入美国市场并有所作为的出口企业，值得看看里面对于价格和市场的分析。

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