

<<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：9787209028776

10位ISBN编号：7209028773

出版时间：2002-1-1

出版时间：山东人民出版社

作者：胡正明,张喜民

页数：678页

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：<http://www.tushu007.com>

<<国际市场营销学>>

内容概要

本书以《市场营销学》中的原理为基础，主要探讨国际目标市场的选择与进入、国际市场营销的方式和国别市场营销。

全书包括国际市场营销原理，国际市场营销方式，国别市场营销三篇内容。

<<国际市场营销学>>

书籍目录

第一篇 国际市场营销原则

第1章 国际市场营销分析

第2章 国际目标市场选择

第3章 进入国际市场的途径

第4章 国际市场营销策略

第二篇 国际市场营销方式

第5章 国际期货市场

第6章 国际招标投标市场

第7章 国际拍卖市场

.....

第三篇 国别市场营销

第10章 东亚市场

第11章 南亚市场

第12章 中东市场

.....

附：名词解释

主要参考文献

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:<http://www.tushu007.com>