

<<国际营销>>

图书基本信息

书名：<<国际营销>>

13位ISBN编号：9787505818330

10位ISBN编号：7505818333

出版时间：1999-11

出版时间：经济科学出版社

作者：(美)杰弗里.埃德蒙.柯里

译者：竺彩华/等

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>

<<国际营销>>

书籍目录

目录

第1章 营销学基础

第2章 市场要素

第3章 国际营销的范围

第4章 国际贸易

第5章 政府的作用

第6章 文化力量的作用

第7章 国外市场的产品开发

第8章 市场调研

第9章 进入市场前的准备工作

第10章 开发分销渠道

第11章 广告和促销

第12章 接触：不同的产品和促销活动

第13章 新市场的人员配置

第14章 业绩评估

第15章 营销计划

第16章 营销审计

第17章 词汇表

第18章 资料来源

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>