

<<国际营销学>>

图书基本信息

书名：<<国际营销学>>

13位ISBN编号：9787542909909

10位ISBN编号：7542909908

出版时间：2003-01-01

出版时间：立信会计出版社

作者：秦波

页数：334

字数：262000

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>

<<国际营销学>>

内容概要

本书内容丰富，观点新颖。

书中收入了该学科当今较成熟的理论和观点。

内容结构安排合理，系统性强。

创造性等五大类，分别加以论述。

理论联系实际。

书中列举了大量的典型实例，以进一步阐明某一理论和观点。

特别需要指出的是，该书专门辟出一章的篇幅进行案例分析，介绍了世界著名跨国公司在国际营销活动各个环节中成功的经验和失败的教训，作为学习者借鉴。

书籍目录

绪论总论第一篇 国际营销所处的环境 第一章 国际营销的文化与社会环境 第二章 国际营销的政治和法律环境 第三章 国际营销的经济环境 第四章 国际市场分析第二篇 国际营销所使用的方法 第五章 国际营销所需要的信息 第六章 国际市场营销调研 第七章 国际营销市场预测第三篇 国际营销所采用的策略 第八章 国际营销产品策略 第九章 国际营销价格策略 第十章 国际营销分销渠道策略 第十一章 国际营销促销策略第四篇 国际营销所采用的战略 第十二章 国际营销市场选择战略 第十三章 国际营销市场进入战略 第十四章 国际营销市场竞争战略 第十五章 国际营销企业成长战略第五篇 国际营销管理与借鉴 第十六章 国际营销计划管理 第十七章 国际营销财务管理 第十八章 国际营销组织结构 第十九章 国际营销借鉴主要参考文献后记

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>