

<<全球营销（上、下册）>>

图书基本信息

书名：<<全球营销（上、下册）>>

13位ISBN编号：9787563341214

10位ISBN编号：7563341218

出版时间：2003-8

出版时间：广西师范大学出版社

作者：赫林森

译者：王慧敏

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>

<<全球营销（上、下册）>>

内容概要

《全球营销(套装上下册)》的主要特色是对中小企业面临的机遇与挑战做了精彩概述；强调市场应变能力的同时突出强调了买卖双方之间的关系；强调行动导向型决策；注重价值链；关注远东国家特别是中国在全球的营销活动；许多用于解释理论的示例和案例。

此外，《全球营销(套装上下册)》进一步完善了对最新技术的介绍，新设一章介绍电子商务战略，同时在全书中都融合了电子商务的概念，另增一章介绍社会文化环境，特别增加了对道德伦理问题的讨论。

《全球营销(套装上下册)》的写作目的是帮助读者制订高效的、具有市场针对性的全球营销方案。此书作为全球营销教材可供本科生、研究生、企业营销人士使用，它为读者提供了对这一重要知识领域的全面、易懂的介绍。

<<全球营销（上、下册）>>

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>