

<<新经济国际营销策略>>

图书基本信息

书名：<<新经济国际营销策略>>

13位ISBN编号：9787801278241

10位ISBN编号：7801278240

出版时间：2001-04

出版时间：经济日报出版社

作者：伍道栋

页数：244

字数：170000

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>

<<新经济国际营销策略>>

内容概要

笔者将近十年来本身的国际营销经验，辅以最近的国际上发生的各类案例信息，用自己的表达方式及思维写出，包括在传统经济产业及网络新经济产为下的诸多策略性分析，内容必定是面面俱到，而且是字字实在，文中将提及许多国家或地区的经济现状及企业动态，内容丰富，有数字的部分都是从一般的新闻性资料中摘录出来的，可靠度很高；纯粹论述的部分则是笔者自己对曾接触过或有些了解的意见整理。

<<新经济国际营销策略>>

作者简介

伍道栋，硕士，台湾1998年第三届杰出企业领导人金峰奖得主，台湾杰出企业管理人委员会名誉理事；常年在北京从事专业管理顾问师及培训讲师工作；BNI世界商讯机构副总经理。
商业类著作：《管理心理DIY》、《行销心理DIY》、《孔明兵法与商战谋略》。

<<新经济国际营销策略>>

书籍目录

序中英简称名词对照表及申明第一章 国际营销导论 1.1 国际营销的意义 1.2 国际营销的目的 1.3 国际营销的趋势 1.4 中国入世前后 1.5 网络新经济时代的到来 1.6 国际营销的理论基础 1.7 国际营销的重新定义 强势 政治 公共关系 定位 经营工具 包装 人力资源 1.8 影响国际营销的客观因素 政府 法律 文化 风俗 习惯 品味 需求 价值观 人口素质 消费能力 市场特性 渠道基础 合作伙伴 网络效应 1.9 国际营销与国际贸易的差异第二章 跨过性产品策略 2.1 产品的重新定义 2.2 如何发展跨国性产品 2.3 跨国性产品的定位策略第三章 网络国际营销策略 3.1 网络改革 3.2 网络商机 3.3 网站经营策略 3.4 网络营销的关键策略 3.5 网络产业的未来

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>