

国际市场营销



[国际市场营销_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2004-7

装帧:

isbn:9787308037129

《国际市场营销(第2版)》是一门集科学性和技能性于一体的实用性很强的学问。面对加入WTO和市场竞争的日益激烈,任何一个企业的营销活动若只局限于国内市场,而不走向国际,其后果是可想而知的。读者手中的这本《国际市场营销》,是作者群体通过辛勤努力,深入实际调查,在广泛搜集大量第一手资料,吸收最新国际市场营销科研成果的基础上,撰写出来的极具洞察力的佳作。全书分国际市场营销概述、国际市场营销环境分析、战略管理、目标营销战略、企业如何进入国际市场、产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略以及国际营销计划、组织与控制、WTO与国际营销、当今国际市场营销发展的新趋势共十二章。每一章内容都展现了每位作者的特长,客观真实地叙述了企业在激烈的国际市场竞争中脱颖而出的现代国际营销理论、战略、策略和技巧。在分析理论知识时既注重深度,同时又力求系统与创新;对实务问题则在每章后精心撰写思考性练习题和案例来帮助读者复习和应用。正因为《国际市场营销(第2版)》在多方面的创新,使其成为高职院校国际贸易和相关专业教学中不可多得的好教材。

作者介绍:

目录:

[国际市场营销_下载链接1](#)

标签

评论

[国际市场营销_下载链接1](#)

书评

[国际市场营销_下载链接1](#)