

# 国际市场营销学



[国际市场营销学\\_下载链接1](#)

著者:胡正明

出版者:山东人民出版社

出版时间:2002-1-1

装帧:精装(无盘)

isbn:9787209028776

本书共分三篇十八章，其内容包括国际市场营销原则、国际市场营销方式、国别市场营销。系统地阐述了市场营销学。

本书是《市场营销学》的姊妹篇。一方面，二者在内容都体现了“理论与实践相结合，宏观、中观与微观相结合，定性与定量相结合，借鉴与开拓相结合”的特点；另一方面，考虑到国际市场营销的特点和市场营销专业教学的需要，二者又是配套关系，本书没有停留在“市场营销原理+国际事例”的模式上，而是以《市场营销学》中的原理为基础，主要探讨国际目标的选择与进入、国际市场营销的方式和国别市场营销。

本书内容全面，条理清晰，结构合理，具有较高的科学性、系统性、理论性及实用性，不仅可作为教材使用，同时亦可供相关人士阅读参考。

作者介绍:

目录: 第一篇 国际市场营销原则  
第1章 国际市场营销分析  
第2章 国际目标市场选择  
第3章 进入国际市场的途径  
第4章 国际市场营销策略

第二篇 国际市场营销方式

第5章 国际期货市场

第6章 国际招标投标市场

第7章 国际拍卖市场

.....

第三篇 国别市场营销

第10章 东亚市场

第11章 南亚市场

第12章 中东市场

.....

附：名词解释

主要参考文献

..... (收起)

[国际市场营销学\\_下载链接1\\_](#)

标签

评论

-----  
[国际市场营销学\\_下载链接1\\_](#)

书评

-----  
[国际市场营销学\\_下载链接1\\_](#)