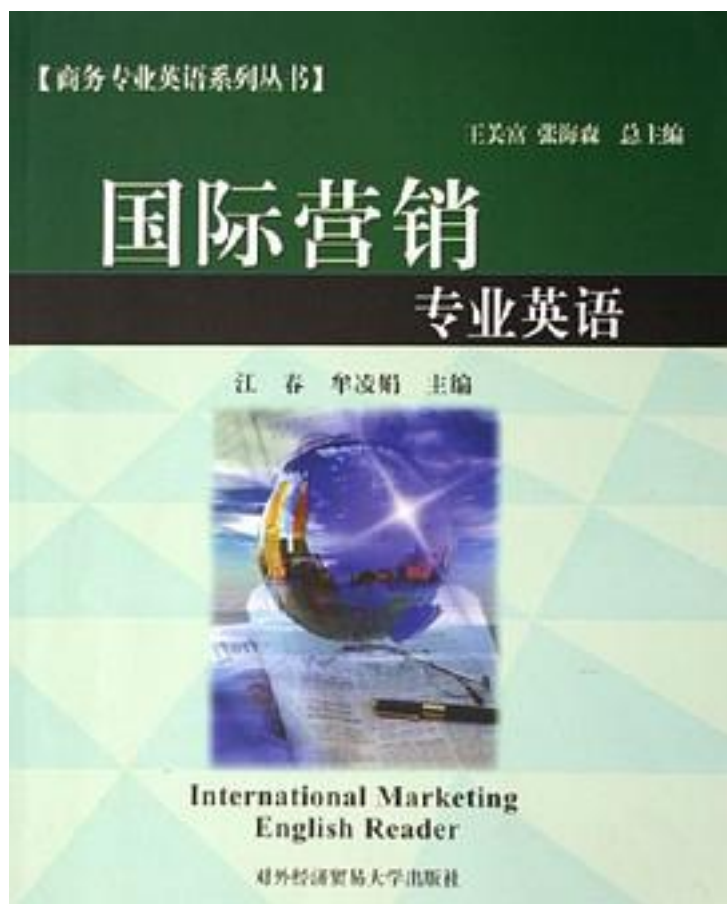


# 国际营销专业英语



[国际营销专业英语\\_下载链接1](#)

著者:江春

出版者:外经贸大学出版社

出版时间:2006-10

装帧:简装本

isbn:9787810787369

作为消费者和未来营销的实践者,营销意识和理念应当从学生时代开始培养。营销的成功需要大量的企业策划和推销作为亲身体验和实践,同时营销也可以借鉴别人的理论和经验。本书的编写目的正是全面介绍营销的经典理论和最新经验的同时,帮助同学们学习英语。它适合财经类院校学生、商务英语专业学生、以及工商管理专业学生使用。通

过阅读此书，同学们在未来国际化的市场竞争环境中，或在未来进入职业生涯时，会发现你们所从事的市场调研、产品的定位和定价、品牌策略与推广、市场的细分与区分、产品的促销（包括自我营销）与宣传、广告与客户的沟通、事件营销、游击营销、体验营销、关系营销、体育赞助营销、网络营销、跨文化营销等新兴的营销活动对你已不再陌生。希望此书能够在介绍营销理念和营销经验的同时，帮助你们掌握营销词汇、增加阅读能力、扩大营销视野，亦可谓“一石双鸟”吧。

作者介绍:

目录: Unit One Introduction to MarketingUnit Two Marketing PhilosophiesUnit Three Marketing Myopia and Marketing StrategiesUnit Four How to Do Market ResearchUnit Five Making Market Segmentation WorkUnit Six Developing a Brand StrategyUnit Seven Differentiating with Unique Selling PropositionUnit Eight New Product Development and Product Life Cycle ManagementUnit Nine Pricing Strategies for Small BusinessesUnit Ten Effective Marketing CommunicationsUnit Eleven AdvertisingUnit Twelve Pop-up Surveys to Measure Ad EffectivenessUnit Thirteen Case History MarketingUnit Fourteen Customer Lifetime ValueUnit Fifteen Integrated Marketing CampaignUnit Sixteen Relationship Marketing for Higher EducationUnit Seventeen Event MarketingUnit Eighteen Guerrilla MarketingUnit Nineteen Winning Campaigns: Sports Marketing in the USUnit Twenty Experience Marketing at Its BestUnit Twenty-one Internet Marketing: User-Friendly Website DesignUnit Twenty-two Marketing in the International ContextKey to the Exercises  
• • • • • ([收起](#))

[国际营销专业英语\\_下载链接1](#)

标签

评论

-----  
[国际营销专业英语\\_下载链接1](#)

书评

-----

[国际营销专业英语\\_下载链接1](#)