

国际市场营销



[国际市场营销_下载链接1](#)

著者:许春珍

出版者:中国商业出版社

出版时间:2005-11

装帧:平装

isbn:9787504455154

力求体现科学性与思想性的统一，理论与实际相结合，从而为培养具有创新精神、适应国际市场发展的应用型人才服务。这本教材，无论是专业基础课或专业方向主干课，都是原理性的课程。为此，我们这本教材在编写上力求体现以下特点。

- 1.科学性。力求系统全面地阐述本门学科的基本概念、基本原理，做到概念准确，原理清楚，能力培养切实可行。对概念、原理的阐述上，主要清晰地定义了国际营销、国际市场定位、国际市场细分等关键概念。国际营销是跨国营销，其实质也是跨文化营销。在编写过程中重点阐述了跨国文化及其国际营销环境对企业营销的影响，并力求保证教材体系的科学性和完整性，从而有助于读者和学生国际营销理论框架和体系的把握。
- 2.前沿性。力求反映本学科最新的研究成果，指出本学科最新的发展趋向。本书写作集国内已有国际市场营销教材之长，吸收和借鉴了国内优秀教材的研究成果以及最新营销理论的实践运用。如新出现的OEM营销方式在本教材中即有所反映。
- 3.启发性。力求有助于培养学生发现问题、分析问题和解决问题的能力，有助于培养学生的创新精神。对于有争议的问题，以多种研究取向进行了分析。而且本教材各章之后均列有复习思考题和典型的案例分析材料，以供读者和学生进一步思考和讨论。

4.可读性。力求做到文字通顺，简明易懂，可读性强。

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](#)