

国际市场营销



[国际市场营销_下载链接1](#)

著者:王晓东

出版者:

出版时间:2007-6

装帧:

isbn:9787300080420

《国际市场营销(第2版)》在编写过程中,通过借鉴西方市场营销学的有关理论,总结国外营销经验的精华,吸收了我国营销理论工作者的研究成果,结合我国对外开放实践和国内企业从事国际营销活动的实际情况,系统地介绍了国际营销理论新的概念、方法和技术,并从多种角度进行了分析和探讨;同时,注重理论联系实际、重在应用的特点,力求对我国企业开拓国际市场起到一定的指导作用。《国际市场营销(第2版)》主要内容包括:提出了国际市场营销的概念、理论基础和发展阶段,分别论述了国际营销中的国际环境和外国市场的国内环境,并分析了国际市场中的各种购买行为特征。在国际市场营销管理过程中,重点对国际市场机会、国际市场细分、国际目标市场选择、国际市场进入方式及国际市场营销组合决策等问题进行了较为详尽的讨论,对国际营销中的大市场营销策略也予以了专门讨论。针对国际营销中的4P,分产品策略、品牌策略、价格策略、渠道策略和促销策略进行了论述。最后,简要描述了国际市场营销发展的最新趋势和问题。

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](#)