

国际市场营销



[国际市场营销 下载链接1](#)

著者:薛荣久

出版者:重庆大学

出版时间:2007-8

装帧:

isbn:9787562442011

《国际市场营销》共分10章，主要包括国际市场营销概述，国际市场营销调研，国际市场营销的宏微观环境分析，国际市场营销与消费者购买行为分析，国际目标市场的选择与进入，国际营销产品策略、定价策略、促销策略，国际市场营销计划、组织与控制等内容。

《国际市场营销》运用大量图文框、案例和课外信息配合理论教学，使全文条理清晰，易于阅读，并强调实践操作，注重学生动手能力的培养，可作为高职高专国际商务专业或其他经贸类专业的学生教材，同时也可作为国际商务从业人员、国际商务师职业资格考试的培训用书。

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](#)