

# 国际市场营销学



[国际市场营销学 下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2008-12

装帧:

isbn:9787505860780

《国际市场营销学》是在听取山东省各级党校授课教师的许多建议，结合多年的学员反馈信息，以及参阅大量国内外营销学者的研究成果的基础上形成的。此书内容设计力求便于教师讲授、便于学员学习。《国际市场营销学》主要包含国际营销基本理论及环境分析、战略营销4P's理论、国际营销组合4P's理论、国际营销管理及理论新发展等主要内容。在注重国际营销理论研究的同时，也注重运用国内外企业国际营销案例来印证这些理论，以便于学员领会和掌握。在经济全球化的背景下，企业面临的竞争环境越来越国际化，无论是立足国内市场的企业还是面向海外经营的企业，无论是大型企业还是中小型企业，都必然要面对国际性竞争，这就使得国际营销思维必须成为企业一种必备的素质。为了满足经济发展的需要，也为了满足教学的需要，作者编写了此教材，目的是通过本教材的学习，使学员了解和掌握国际市场营销的基本理论与方法，提高学员参与国际市场竞争的实践能力。

作者介绍:

目录:

[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](#)