

国际市场营销



[国际市场营销_下载链接1](#)

著者:雷新华 编

出版者:

出版时间:2009-2

装帧:

isbn:9787562447856

《国际市场营销》以理论为基础，突出应用和实践技能的培养。《国际市场营销》在系统介绍国际市场营销概念和理论的基础上，注重企业进行国际市场营销活动的实用性和可操作性，本着实用、创新、可操作性和可启发性原则，通过吸收国内外国际市场营销的精髓，总结我国企业和国际知名企业的国际市场营销实践规律、技巧和方法，从而使本教材对读者和对外企业开拓国际市场、制定国际市场营销策略起到积极的指导作用。

《国际市场营销》共分12章，包括市场营销概述、国际营销的主要概念及基本理论、国际营销的经济环境、国际社会文化环境、国际营销政治法律环境、国际市场竞争战略、国际营销的目标市场、国际市场产品策略、国际营销价格策略、国际市场分销渠道策略、国际市场促销策略、国际营销的组织等内容。

《国际市场营销》可作为应用型本科院校市场营销、国际经济与贸易、工商管理专业的教材，也可作为各类企业经理和营销管理人员的培训教材。

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](#)