

国际营销



[国际营销_下载链接1](#)

著者:[美]菲利普·R·凯特奥拉

出版者:中国人民大学出版社

出版时间:2009-5

装帧:

isbn:9787300106564

《国际营销(第14版)》改编奉行“思想上全球化，行动上本土化”这一国际营销的核心理念，改编后由原来的6大部分19章缩减为4大部分14章。《国际营销(第14版)》非常适合作为我国高校相关专业的本科生、研究生、MBA教学尤其是双语教学的教材，也可作为企业管理人员培训及自学用书。由美国著名营销学者菲利普·日·凯特奥拉领衔撰写的International Marketing是国际营销领域的权威教材，自1971年初版推出到2009年第14版，经过不断修订和充实，框架体系日臻完善，内容日益丰富。该书第12版在2005年由中国人民大学出版社引进，出版了英文改编版，受到越来越多的高校的欢迎，在双语教学中取得了良好的效果。

该书突出了营销环境尤其是文化因素对国际营销的影响，并阐述了普遍适用于大多数国家或地区的国际营销分析框架。第14版在保留原有特色的基础上，不仅对内容进行了更新，而且更强调21世纪国际营销面临的新课题，包括竞争、大型新兴市场、企业社会责任。绿色营销、营销渠道结构演变、文化差异，等等。

为使该书更加适合我国高校“国际营销学”课程双语教学的需求，考虑到相关专业的课程体系、教学大纲、课程学分与课时及学生对教材价格的要求，改编者根据多年使用该书以前多个版本的课堂教学经验和对该书第12版的改编经验，在保证教材系统性和特色的前提下，对部分内容进行了必要的改编。

作者介绍:

目录:

[国际营销_下载链接1_](#)

标签

营销

英文原版

管理

此书很有益

国贸

lib

SEM

评论

管理学教师高杰的课，书中内容讲的很少，更多的是实际的案例

情何以堪 只是为了纪念大学 我论文终于写完啦！！

[国际营销_下载链接1_](#)

书评

[国际营销_下载链接1](#)