

# 国际市场营销学



[国际市场营销学\\_下载链接1](#)

著者:达娜-尼科莱塔·拉斯库

出版者:

出版时间:2010-3

装帧:

isbn:9787111298885

《营销教材译丛·国际市场营销学(原书第3版)》共分为五个部分。第一部分是对国际市场营销的界定,包括范围、观念及国际市场营销的驱动力等。第二部分是国际市场营销环境分析,该部分主要从区域经济和文化等因素的影响进行阐述。第三部分是国际市场营销战略决策,主要内容有国际营销调研实践与面临的挑战、国际战略规划、扩张战略和进入模式选择。第四部分是管理国际市场营销组合,主要内容有国际营销中的品牌决策、国际产品和服务战略、国际分销运营和物流的管理、国际零售、国际促销组合和广告战略以及国际公共关系和销售促进战略。第五部分是国际营销战略执行,主要有国际营销运营的组织和控制等内容。

作者介绍:

目录:

[国际市场营销学\\_下载链接1](#)

标签

教材

评论

不错的一本教材

-----  
[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](#)