

国际市场营销



[国际市场营销_下载链接1](#)

著者:张卫东

出版者:

出版时间:2010-6

装帧:

isbn:9787121108136

《国际市场营销》共14章，包括国际市场营销观念、国际市场营销微观环境分析、国际市场营销社会文化环境、国际市场营销政治法律环境、国际市场营销经济技术环境、国际市场营销购买行为分析、国际市场营销信息管理、国际市场营销战略规划、国际目标市场营销战略、国际市场营销产品策略、国际市场营销渠道策略、国际市场营销定价策略、国际市场营销促销策略等内容。

本教材体系上加大了国际市场营销环境分析的篇幅，内容上突出了市场营销策略的国际化特色，增加了平行进口、隐形冠军、天生的国际企业、多样化渠道策略、网络营销、原产地效应、价格扬升等国际市场营销新理论，是一本国际化特色鲜明的国际市场营销教材。

本教材每一章内容前都设计有学习目标与任务驱动两个栏目，有效地融“教、学、做”为一体，在教学内容的设计上注重基本概念与基本问题，在教学方法上注重经典案例辅助教学、注重实用职业技能培养，在教学素材选取上注重实用性与现代性，全书引用了近200个典型案例，形成了《国际市场营销》区别于其他同名教材明显的特色。是一本融实践与理论于一体的国际市场营销教材。

《国际市场营销》适用于应用型本科、高职高专、成人院校市场营销、营销与策划、国

际商务、国际贸易、商务英语等专业教学使用，成人在职人员参加外销员职业资格考试或指导工作实践也可参考使用。

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](#)