

<<国际市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<国际市场营销学>>

13位ISBN编号：9787302153429

10位ISBN编号：7302153426

出版时间：2007-7

出版时间：清华大学

作者：闫国庆

页数：391

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<国际市场营销学>>

### 内容概要

本书以现代世界经济发展为背景，以国际市场为导向，对国际营销的理论与实践进行了系统、深入的阐述。

全书分六篇17章。

第一篇导论，系统介绍了国际营销学的理念及其演进历程；第二篇国际营销环境分析，分析了经济、社会文化和政治法律等宏观环境因素，并论述了如何建立国际营销信息系统及进行国际营销调查；第三篇国际营销战略，论述战略规划、竞争战略和策略、目标市场选择及其进入方法、产品差别化及定位等，全景式对国际营销战略进行了分析；第四篇国际营销组合策略，对国际营销中的产品、价格、渠道、促销等策略进行了论述；第五篇国际营销的组织和控制，介绍了国际营销组织实施和控制等内容；第六篇国际营销的未来，展望了国际营销的发展趋势及未来。

本书不仅全面介绍了国际营销的基本理论和策略，而且用大量篇幅讲述这些理论和策略的运用技巧，每章都以“全球视角”开篇，每节穿插“国际营销案例”或“超级链接”，引导学生进行思考，每章后都附有针对性较强的“国际营销案例分析”，以培养学生的创造性思维。

本书还附有精心制作的PPT，供读者和教师授课使用。

本书可供高等院校经济管理类专业本、专科学生和从事国际营销研究与实践的人员学习和参考。



版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>