

《国际市场营销学》

图书基本信息

书名：《国际市场营销学》

出版时间：2004-8

作者：逯宇铎 编

页数：450

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《国际市场营销学》

内容概要

《国际市场营销学(第2版)》在全面借鉴国内外最先进的国际市场营销理论、方法和技术的基础上,结合我国社会主义市场经济发展的客观环境,系统论述了国际市场营销的基本理论、方法和技术,旨在让读者系统深入地了解 and 掌握国际市场营销的含义;了解和掌握国际市场营销的发展过程及其重要性;帮助读者认识在我国开展国际市场营销理论研究和实践活动的必要性和意义;帮助读者全面理解国际市场营销的理论体系,懂得国际市场营销环境,包括国际经济环境、国际政治环境、国际法律环境、国际文化环境以及国际科技、自然和人口环境等;了解国际市场的基本格局,掌握分析国际市场的基本方法;掌握国际市场营销的战略,懂得如何开展市场调研预测和评估,进行国际市场细分和定位策略,采取正确的方法进入国际市场,实施国际市场的业务战略和竞争战略;掌握国际市场营销的策略,正确使用国际产品策略、国际定价策略、国际营销渠道策略和国际促销策略等方法和技术,实现国际市场营销目标;使读者既牢固树立国际意识,同时又具有开展国际市场营销的相应知识和能力。

《国际市场营销学(第2版)》集国内已有著作之长,并吸收和借鉴了国外国际市场营销学的最新研究成果,既有理论性,又有很强的实用性和可操作性,内容全面,结构新颖;既可作为大专院校的教材,也可作为各种类型专业培训教材,同时也是各种层次、各种类型经营管理人员的必备读物。

《国际市场营销学》

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：www.tushu111.com