

《国际营销》

图书基本信息

书名：《国际营销》

13位ISBN编号：9787505818330

10位ISBN编号：7505818333

出版时间：1999-11

出版社：经济科学出版社

作者：(美)杰弗里.埃德蒙.柯里

页数：239

译者：竺彩华/等

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

书籍目录

目录

- 第1章 营销学基础
- 第2章 市场要素
- 第3章 国际营销的范围
- 第4章 国际贸易
- 第5章 政府的作用
- 第6章 文化力量的作用
- 第7章 国外市场的产品开发
- 第8章 市场调研
- 第9章 进入市场前的准备工作
- 第10章 开发分销渠道
- 第11章 广告和促销
- 第12章 接触：不同的产品和促销活动
- 第13章 新市场的人员配置
- 第14章 业绩评估
- 第15章 营销计划
- 第16章 营销审计
- 第17章 词汇表
- 第18章 资料来源

精彩短评

1、既有国际营销原理，又有做人道理

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