

<<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：9787209028776

10位ISBN编号：7209028773

出版时间：2002-1-1

出版时间：山东人民出版社

作者：胡正明,张喜民

页数：678页

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《市场营销学》中的原理为基础，主要探讨国际目标市场的选择与进入、国际市场营销的方式和国别市场营销。

全书包括国际市场营销原理，国际市场营销方式，国别市场营销三篇内容。

## <<国际市场营销学>>

### 书籍目录

#### 第一篇 国际市场营销原则

第1章 国际市场营销分析

第2章 国际目标市场选择

第3章 进入国际市场的途径

第4章 国际市场营销策略

#### 第二篇 国际市场营销方式

第5章 国际期货市场

第6章 国际招标投标市场

第7章 国际拍卖市场

.....

#### 第三篇 国别市场营销

第10章 东亚市场

第11章 南亚市场

第12章 中东市场

.....

附：名词解释

主要参考文献

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>