第一图书网, tushu007.com

<<全球营销原理>>

图书基本信息

书名：<<全球营销原理>>

13位ISBN编号：9787300027029

10位ISBN编号：7300027024

出版时间：1998-09

出版时间：中国人民大学出版社

作者：沃伦.J.基坎

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

内容概要

本书在写作中一直以当代学生为对象。
越来越多的商学院和教师开始认识到国际市场营销是现代课程中不可缺少的一课。
作者意识到现在市面上尚无一本教材可以把市场营销的动力机制和兴奋的感觉传递给学生，这种动力机制和兴奋的感觉使全球市场营销成为一种迷人的、具有时代感的研究；同时作者也吸取了自己在世界各地最直接的经历：美洲(南美、北美)、亚洲(东亚、中亚、西亚)、欧洲(西欧、中欧、东欧)、非洲乃至中东。
这么做的结果使这本书满足了世界各地学生对教科书的要求，既具有很强的可读性又通俗易懂。

<<全球营销原理>>

书籍目录

目录
第一部分 引言
第1章 全球市场简介
第二部分 全球市场环境
第2章 全球经济环境
第3章 区域市场特征
第4章 社会和文化环境
第5章 政治与法规环境
第6章 全球金融环境与外汇决策
第7章 全球市场营销信息系统与调研
第三部分 全球战略
第8章 走向全球化：市场细分、目标市场与资源配置决策
第9章 资源配置战略：出口与进口
第10章 全球市场进入战略：许可证、合资与独资企业
第11章 合作战略与全球战略伙伴关系
第12章 具有竞争优势的战略要素
第四部分 全球营销综述
第13章 产品策略
第14章 定价策略
第15章 全球营销渠道与物流管理
第16章 全球营销沟通策略：广告 公共关系 促销与人员推销
第五部分 全球营销战略的应用
第17章 全球营销的领导 组织与控制
第18章 全球营销的前景
词汇表
作者/姓名索引
主题/公司索引

第一图书网, tushu007.com

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