

<<国际营销>>

图书基本信息

书名：<<国际营销>>

13位ISBN编号：9787301065532

10位ISBN编号：7301065531

出版时间：2004-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：孙玉

页数：666

字数：929000

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>

## <<国际营销>>

### 内容概要

国际营销是当今市场营销教学领域最富变化的课程之一，而本书则可谓这一课程最新的教材。本教材涵盖了国际营销各个领域的主题，开篇介绍企业成立之初的运作，随后介绍进入新市场时应该考虑的因素，最后讨论大型全球性营销商所面对的国际问题。

适用对象：本教材适用于大学高年级本科生和研究生的国际营销课程。

#### 作者简介

Michael R.Czinkota是乔治敦大学麦可多纳商学院研究生院的市场营销与国际商务学教授。他还在亚洲、澳洲、欧洲和美洲的多所大学拥有教授职位。Czinkota教授曾任美国前总统里根的商业副助理秘书长、经合组织行业委员会美国代表团团长、出口控制首席贸易顾问。他是多个编委会

<<国际营销>>

书籍目录

第一部分 国际环境 1. 国际营销的必要性 2. 国际贸易机构与贸易政策 3. 文化环境 4. 经济环境 5. 国际政治与法律环境 第二部分 国际营销活动的开始 6. 建立知识库 7. 出口、营业许可与特许经营 8. 产品的适应性改变 9. 出口定价战略 10. 国际通讯 11. 渠道与分销战略 第三部分 全球营销管理 12. 全球战略性规划 13. 全球市场扩张 14. 产品与品牌管理 15. 服务营销 16. 全球定价战略 17. 后勤与供应链管理 18. 全球促销战略 19. 营销的组织、实施与控制 20. 前景展望 教辅产品 1. 教师资源指导光盘/0-324-19047-6 2. 录像带/0324-2007-2

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>