

<<国际营销战略(第3版)>>

图书基本信息

书名：<<国际营销战略(第3版)>>

13位ISBN编号：9787302091073

10位ISBN编号：7302091072

出版时间：2004-9-1

出版时间：清华大学出版社

作者：Robin Lowe, Isobel Doole, 徐子健

译者：徐子健

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>

<<国际营销战略(第3版)>>

内容概要

国际营销战略（第三版），ISBN：9787302091073，作者：（英）Isobel Doole，（英）Robin Lowe著；徐子健译

<<国际营销战略(第3版)>>

书籍目录

第1部分 营销分析

第1章 国际营销概述

第2章 国际贸易环境

第3章 国际营销中的社会和文化因素

第4章 国际营销调研与营销机会分析

第2部分 制定营销战略

第5章 国际营销计划和组织

第6章 中小企业的国际利基市场营销策略

第7章 全球化

第8章 市场进入策略

第3部分 战略实施方法

第9章 国际产品管理

第10章 国际传播与网络营销

第11章 国际分销及物流管理

第12章 国际市场定价

<<国际营销战略(第3版)>>

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>