

<<国际商务与国际营销>>

图书基本信息

书名：<<国际商务与国际营销>>

13位ISBN编号：9787509524299

10位ISBN编号：7509524296

出版时间：2010-9

出版时间：中国财政经济出版社

作者：University of Cambridge International Examinations

译者：张运来,宋艳红

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>

<<国际商务与国际营销>>

内容概要

国际商务与国际营销，ISBN：9787509524299，作者：

<<国际商务与国际营销>>

书籍目录

目录

如何使用本书

第1章 国际贸易的优势

1.1 国际贸易的起因

1.2 绝对优势

1.3 比较优势

1.4 国际贸易的制约因素

第2章 国际收支

2.1 国际收支

2.2 经常项目

2.3 资本项目

2.4 实现国际收支平衡

第3章 汇率的决定因素

3.1 金本位制

3.2 汇率的决定因素

3.3 汇率变化对企业的影响

第4章 国际贸易和国际营销环境

4.1 国际市场营销

4.2 国际市场营销环境

第5章 国际市场调研

5.1 国际市场营销调研

5.2 国际市场细分和选择

第6章 国际营销组合

6.1 国际产品策略

6.2 国际定价策略

6.3 国际促销组合

6.4 国际分销

第7章 国际市场营销战略、计划和控制

7.1 企业战略

7.2 制定市场营销计划

7.3 国际市场营销的控制与协调

第8章 前沿问题

8.1 世界贸易集团的发展

8.2 贸易集团实例

8.3 中国经济区

附录一 关键词和术语汇编

附录二 习题参考答案

一、选择题参考答案

二、课堂练习参考答案

三、案例分析参考答案

附录三 《国际商务与国际营销》考试大纲

后记

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>