

<<金融危机下的跨国公司全球营销>>

图书基本信息

书名：<<金融危机下的跨国公司全球营销>>

13位ISBN编号：9787543217560

10位ISBN编号：7543217562

出版时间：2010-8

出版时间：格致出版社

作者：吴晓云，冼国明 编

页数：345

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>

<<金融危机下的跨国公司全球营销>>

内容概要

《金融危机下的跨国公司全球营销》针对“跨国公司应对金融危机与中国企业长远发展”的问题，精心挑选出了20篇高质量的学术论文，让企业界、学术界人士了解和分享国内外知名专家、学者关于跨国企业应对金融危机的学术精髓和先进理念，从而为跨国公司应对金融危机尤其中国企业在全球市场的长远发展提出更具针对性的对策。

<<金融危机下的跨国公司全球营销>>

书籍目录

主题1 金融危机背景下的全球营销南开大学全球营销研究中心：在全球营销领域的研究推进及主要创新金融危机下的营销原则投资活动、多角化程度与盈余管理关系之研究基于资本市场的公司营销价值效应研究全球营销战略中的决策矛盾问题探析主题2 金融危机与宏观经济全球金融危机的成因和机理化金融危机为契机、加强投资组合管理外汇风险管理中数值方法应用研究的新进展金融危机对我国外贸结构的影响要素研究主题3 金融危机下的跨国公司经营金融危机背景下中国企业跨国经营的对策研究企业跨国并购中的文化整合企业国际化前沿问题研究美国企业的中国市场进入与营销策略金融危机背景下我国房地产金融创新的发展路径研究中国企业升级与转型主题4 消费者行为研究及其他关系营销的新逻辑及其对服务企业的启示企业营销文化的维度和类型：基于我国房地产业的实证研究审计独立性与审计谈判中的相对谈判力中外企业品牌命名的社会心理分析基于产品价值的功能利益定位理论与实证研究

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>