

<<国际营销管理>>

图书基本信息

书名：<<国际营销管理>>

13位ISBN编号：9787561817179

10位ISBN编号：7561817177

出版时间：2004-7

出版时间：天津大学出版社

作者：万成林 编

页数：425

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>

<<国际营销管理>>

内容概要

本书以现代市场学的基本理论为指导，运用国际企业管理学、国际贸易学、国际金融学、国际经济学等学科的有关知识，系统阐述了国际营销管理的理论与实务。

其内容主要包括：对国际市场营销学的研究对象与方法、国际营销场所、国际营销环境、国际营销调研以及21世纪的国际营销观念与模式作了全新分析；对国际商品市场、国际技术市场、国际资本市场、国际劳务市场的营销战略与管理分别进行了深入研究；对国际营销组织、国际营销策略、国际营销融资、国际营销风险与管理等内容作了详尽介绍。

全书紧密结合我国实际，着眼国际通用惯例，特别强调知识性、应用性和可操作性。

本书适宜作大学或自学教材，也可作为实际工作者开展业务活动的工具书。

作者简介

万成林，1937年1月生，河北省无极县人，南开大学教授。

1963年7月毕业于南开大学经济学系，先后在南开大学经济研究所和经济学系从事经济效果、苏联经济、价格理论和市场营销的研究与教学工作。

主编、合编有：《价格学概论》、《市场理论及其应用》、《市场行情分析》

书籍目录

第一编 国际营销总论 第一章 国际营销概述 第二章 国际营销场所研究 第三章 国际营销环境分析 第四章 21世纪国际营销探析第二编 国际营销调研管理 第五章 国际营销调研内容 第六章 国际营销调研方法 第七章 国际营销调研组织第三篇 国际营销战略管理 第八章 国际营销进占战略 第九章 国际商品市场营销战略 第十章 国际技术市场营销战略 第十一章 国际资本市场营销战略 第十二章 国际服务市场营销战略第四编 国际营销策略管理 第十三章 国际营销产品策略 第十四章 国际营销定价策略 第十五章 国际营销渠道策略 第十六章 国际市场推销策略第五编 国际营销组织管理 第十七章 国际营销组织与管理 第十八章 国际营销融资与管理 第十九章 国际营销风险与管理

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>