

<<国际营销策略>>

图书基本信息

书名：<<国际营销策略>>

13位ISBN编号：9787810006002

10位ISBN编号：7810006002

出版时间：1993-10

出版时间：对外经济贸易大学出版社

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>

## <<国际营销策略>>

### 书籍目录

- 第一章 国际营销的发展
  - 一、市场营销学的发展
  - 二、企业经营观念的变化
  - 三、市场营销观念的含义
- 第二章 国际营销环境分析
  - 一、国际市场的文化因素
  - 二、国际政治环境
  - 三、国际营销的法律环境
- 第三章 国际市场细分
  - 一、市场概述
  - 二、市场细分和目标销售
  - 三、目标销售的策略
- 第四章 国际营销因素组合
  - 一、营销因素组合的概念
  - 二、营销因素组合的作用
- 第五章 国际营销的产品策略
  - 一、产品的内涵和分类
  - 二、产品发展策略
  - 三、产品品牌策略
  - 四、产品包装策略
  - 五、出口产品策略
  - 六、产品定位策略
- 第六章 国际营销定价策略
  - 一、定价六步
  - 二、定价方法
  - 三、价格促销
- 第七章 国际营销和促销策略
  - 一、促销策略概述
  - 二、广告
  - 三、人员推销
  - 四、营业推广
- 第八章 国际营销的公共关系策略
  - 一、公共关系概念及其意义
  - 二、公共关系的对象
  - 三、公共关系的任务及其表现形式
  - 四、国际营销的公共关系策略
- 第九章 国际营销渠道策略
  - 一、进入国际市场的策略
  - 二、国际销售渠道的构成和种类
  - 三、国际销售的中间商
  - 四、销售渠道策略
- 第十章 国际市场竞争策略
  - 一、营销战略的制定方法和运用
  - 二、国际营销的战略战术



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>