

<<国际营销学>>

图书基本信息

书名：<<国际营销学>>

13位ISBN编号：9787300055213

10位ISBN编号：7300055214

出版时间：2004-1

出版单位：人民大学

作者：麦考利

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>

<<国际营销学>>

内容概要

本书是为那些曾学习过一门或一个学期国际营销类课程的学生所撰写的。

书中，安德鲁·麦考利不仅从跨国公司的角度，而且从中小企业的角度考察了国际营销的核心层面。他通篇融汇了大量的实例，用以介绍跨国公司和中小企业的经验。

本书所提供的实例和案例研究真实地反映了营销人员在国际市场上面临的情形，例如市场进入决策、国际扩张决策、战略联盟的使用、与分销商的关系以及在跨文化谈判中提出的各种问题。

本书具有如下特点：通篇考察中小企业的经验和作法；在文化对国际营销决策的影响方面提供启示；通篇运用了大量的关键情景以说明国际营销实践的方方面面；囊括了从不同国家收集的一系列案例研究，对商业和消费产品展开讨论。

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>