

**Marketing & Promotion Series : Global Marketing Management/Pemasaran Global, Buku Pertama**

Buku ini memperkenalkan kepada siswa dan praktisi pemasaran internasional, untuk menangani secara sistematis pemasaran dalam skala global. Selain itu, tujuannya adalah menyediakan sarana konseptual dan analitis serta landasan yang kokoh bagi siswa dan manager pemasaran supaya mampu meraih peluang dan menghindari perangkap dari pemasaran global.

Buku Pemasaran Global dibagi dalam 4 bagian.

Bagian I menyajikan pandangan sekilas konseptual tentang lingkungan pasar sedunia.

Bagian II menjelaskan cirri-ciri utama pasar dunia.

Bagian III berfokus pada perumusan strategi pemasaran global

Bagian IV menguraikan tentang pemanduan proses perencanaan, organisasi serta pengendalian program pemasaran global.

