



企业并购后的国际市场拓展策略

制作人：来日方长

时 间：2024年X月X日

目录

- 第1章 企业并购后的国际市场拓展策略简介
- 第2章 市场研究与目标选择
- 第3章 并购后的品牌与营销策略
- 第4章 组织文化与人力资源管理
- 第5章 风险管理与合规经营
- 第6章 总结



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/886045055152010141>