

<<国际营销学>>

图书基本信息

书名：<<国际营销学>>

13位ISBN编号：9787111139812

10位ISBN编号：711113981X

出版时间：2004-1

出版时间：机械工业

作者：赵放 编著

页数：294

字数：347000

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

本书站在国际市场的高度，以经济全球化为背景、国际营销与国内营销的差异为前提，介绍了国际市场营销的基本理论，国际营销的环境分析、市场调研、市场细分和目标市场的进入，国际营销的战略、计划和策略等。

本书的特色是侧重于内容的系统性、知识的密集性、领域的广泛性和分析的深入性，力争使读者能够对国际营销有一个较为全面而清晰的了解和认识，并为进一步深入学习打下良好的基础。

本书可作为普通高等教育各相关专业教材，也可作为各类培训用书和企业管理人员、营销人员的参考读物。

<<国际营销学>>

书籍目录

前言第一章 国际营销导论 第一节 国际营销问题的提出 第二节 国际营销的演变和发展 第三节 国际营销的特点 第四节 影响国际营销的因素 小结 思考题第二章 国际营销的文化和经济环境 第一节 国际营销与社会文化 第二节 国际营销的经济环境 小结 思考题第三章 国际营销的政治和法律环境 第一节 国际营销的政治环境 第二节 国际营销的法律环境 小结 思考题第四章 国际营销调研 第一节 国际营销调研的作用和信息系统 第二节 国际营销研的范围 第三节 国际营销调研的第五章 国际营销市场细分和目标市场的选择与进入 第一节 市场细分概述 第二节 国际市场细分的依据 第三节 国际目标市场的选择 第四节 国际目标市场的进入 小结 思考题第六章 国际营销计划、组织与控制 第一节 国际营销战略计划 第二节 国际营销组织结构 第三节 国际营销控制 小结 思考题第七章 国际市场购买行为 第一节 消费品市场购买行为 第二节 工业用品市场购买行为 小结 思考题第八章 国际营销产品策略 第一节 产品的标准化和差异化策略 第二节 产品组合策略 第三节 产品的品牌和包装策略 第四节 新产品策略 第五节 产品生命周期策略 小结 思考题第九章 国际营销价格策略第十章 国际营销促销策略第十一章 国际营销渠道策略第十二章 国际营销竞争策略第十三章 国际服务营销参考文献

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>