

<<国际市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<国际市场营销学>>

13位ISBN编号：9787111243083

10位ISBN编号：7111243080

出版时间：2008-7

出版时间：机械工业出版社

作者：李威，王大超 编

页数：281

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>

## <<国际市场营销学>>

### 内容概要

国际市场营销学于20世纪60年代从基础市场营销学中分离出来，成为市场营销学的分支。通过本课程的学习，使学生懂得有关国际市场营销的基本概念、原理，同时课程配合使用国内外的市场营销案例进行教学，使学生掌握具有一定的可操作性的实践技巧。本书中收录了该学科当代最新的理论和观点，以及权威的统计资料和典型的跨国公司案例，同时介绍了该学科主要理论的发展趋势。

《国际市场营销学》可作为高等院校的教材，也可作为各种培训班教材，是各种层次、各类经营管理人员的必备读物。

## &lt;&lt;国际市场营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

出版前言前言教学建议第一篇 国际市场营销导论篇第1章 国际市场营销理论基础1.1 市场营销基本范畴1.1.1 市场营销1.1.2 市场营销理念1.1.3 市场营销组合理念的发展1.2 国际市场营销基本范畴1.2.1 跨国公司1.2.2 全球化1.2.3 新兴市场1.2.4 国际市场营销及其基本程序1.2.5 国际市场营销与国内市场营销1.2.6 国际市场营销与全球市场营销1.2.7 国际市场营销与国际贸易1.3 与国际市场营销相关的国际经济组织1.3.1 国际货币基金组织1.3.2 世界银行1.3.3 世界贸易组织1.3.4 亚洲及太平洋经济合作组织1.3.5 上海合作组织1.3.6 东南亚国家联盟第二篇 国际市场营销环境篇第2章 国际市场营销的政治环境与法律环境2.1 国际市场营销的政治环境2.1.1 国际市场营销的法律环境2.1.2 政治环境对国际市场营销的影响2.1.3 政治风险的预测及防范2.2 国际市场营销的法律环境2.2.1 国际市场营销的法律环境因素2.2.2 国际法律环境2.2.3 目标市场国的法律环境2.2.4 国际商事争端的解决方式第3章 国际市场营销的经济环境3.1 国际市场营销的全球经济环境3.1.1 世界经济局势3.1.2 全球经济体系3.1.3 市场发展阶段3.1.4 地区性经济组织3.2 目标市场国的经济环境因素.....第4章 国际市场营销的文化与社会环境第5章 国际市场营销的科技环境第6章 中国市场及消费者分析第7章 国际市场营销调研第三篇 国际市场营销战略篇第8章 国际市场进入战略第9章 国际市场细分战略第四篇 国际市场营销策略篇第10章 国际市场营销的产品策略第11章 国际市场营销的价格策略第12章 国际市场营销的渠道策略第13章 国际市场营销的促销策略

## &lt;&lt;国际市场营销学&gt;&gt;

## 章节摘录

第1章 国际市场营销理论基础 曾经势不可挡的全球化，在今天看来却是另一番景象。可口可乐，全球化的坚定奉行者和受益者，在经历了1997年亚洲金融危机之后，开始质疑其“全球化战略、本土化执行”的策略，并转向“本土化思维、本土化执行”。但两年黯淡的销售业绩让本土化看上去也不那么美好。

全球化与本土化的争论和选择，市场环境急剧变化所引发的企业运营中的战略反思和策略应对，是所有与可口可乐一样处于国际竞争中的企业所不得不面对的问题和挑战。国际市场营销正是研究企业在全球化背景下，在不断融合的国际贸易中，如何应对复杂且变化多端的环境因素，寻求进入国际市场的机会，进而选择目标市场并做出相应的营销组合决策的学科。

1.1 市场营销基本范畴（The Concepts of Marketing） 市场营销学是建立在经济科学、行为科学、现代管理理论基础之上的应用学科，是与经济学、行为科学、心理学、社会学、管理学、公共关系学等学科密切结合的一门综合性、边缘性、实践性的经济管理学科。

当它指学科时，习惯译为“市场营销学”。

除此之外，还有人将之译为“市场营运学”、“市场行销学”或“市场学”、“销售学”等。

在经济学研究中，市场是一种通过供需关系的相互作用决定销售价格及数量的机制，换句话说，市场是供给和需求的总和。

.....

## <<国际市场营销学>>

### 编辑推荐

教材特点：

- 1.本书采用与目前国内教材完全不同的创新视角，着眼于中国企业的国际化营销和国际企业的中国营销，立足于中国，从中国看世界。
- 2.贴近中国的商务实践和商务环境，包括采用中国企业和在中国的国际化企业的案例，在中国的市场环境中谈营销，针对中国市场和消费者的特点，强调最新的趋势。
- 3.书中提供了大量最新的数据，案例以及丰富的图片。
- 4.本书力争突出双语教学的特色，关键词和重要理论采用中英文对照。案例有中、英文两种，从原则上避免反向翻译造成的不必要的语言表达错误。

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>