

<<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：9787111321484

10位ISBN编号：7111321480

出版时间：2011-1

出版时间：机械工业出版社

作者：成爱武，朱雪芹 著

页数：320

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

《普通高等教育市场营销专业“十二五”规划教材：国际市场营销学》遵循市场营销的基本原理，根据国际市场的特点，全面、系统地阐述了国际市场营销活动及其策略和方法。主要内容包括国际市场营销概论、国际市场营销环境、国际市场营销调研与信息系统、国际市场目标营销策略及其进入方式、国际市场产品策略、国际市场定价策略、国际市场分销渠道策略、国际市场促销策略、国际市场营销管理以及国际市场网络营销等，其中对国际会展、国际物流和国际网络促销进行了专门论述。

《普通高等教育市场营销专业“十二五”规划教材：国际市场营销学》可作为高等院校经济管理类相关专业教材，也可作为从事国际营销活动人员的参考用书。

<<国际市场营销学>>

书籍目录

前言第一章 国际市场营销概论第一节 国际市场营销概述第二节 企业从事国际市场营销的动因和发展过程第三节 跨国营销理念的演变第四节 走向国际市场的中国企业关键词思考题案例分析讨论第二章 国际市场营销环境(上)第一节 国际市场营销环境的分析与评估第二节 国际市场营销的政治环境第三节 国际市场营销的法律环境关键词思考题案例分析讨论第三章 国际市场营销环境(下)第一节 国际经济环境第二节 国际市场营销的社会文化环境第三节 国际金融与外汇环境关键词思考题案例分析讨论第四章 国际市场营销调研与信息系统第一节 国际市场营销调研概述第二节 国际市场营销调研程序第三节 国际市场营销调研的内容第四节 国际市场营销调研的方法第五节 国际市场营销信息系统关键词思考题案例分析讨论附录提供二手资料的相关出版物和网站第五章 国际市场营销策略第一节 国际市场营销细分第二节 国际目标市场的选择第三节 国际市场营销定位关键词思考题案例分析讨论第六章 国际市场营销的进入方式第一节 出口方式第二节 许可经营和特许经营第三节 合资经营和海外独资经营第四节 其他进入方式第五节 影响进入模式选择的因素关键词思考题案例分析讨论第七章 国际市场营销策略第一节 国际市场营销的产品概念第二节 国际市场营销的产品策略第三节 国际市场营销新产品开发第四节 国际市场营销产品生命周期第五节 国际市场营销的品牌和包装策略关键词思考题案例分析讨论第八章 国际市场营销定价策略第一节 影响国际市场营销产品定价的主要因素第二节 国际市场营销的定价方法第三节 国际市场营销的价格修订策略第四节 国际市场营销的价格变更第五节 转移定价与倾销关键词思考题案例分析讨论第九章 国际市场营销渠道策略第一节 国际市场营销渠道概述第二节 国际市场营销渠道设计第三节 国际市场营销渠道成员的管理第四节 国际物流关键词思考题案例分析讨论第十章 国际市场营销策略第一节 国际市场营销组合策略第二节 国际广告策略第三节 国际市场营销人员推销策略第四节 国际市场营销推广策略第五节 国际公共关系策略第六节 国际会展关键词思考题案例分析讨论第十一章 国际市场营销管理第一节 国际市场营销计划第二节 国际市场营销组织第三节 国际市场营销控制关键词思考题案例分析讨论第十二章 国际市场营销网络营销第一节 国际市场营销网络营销概述第二节 国际市场营销网络营销环境分析第三节 国际市场营销网络营销策略关键词思考题案例分析讨论参考文献

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>