

<<国际市场营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<国际市场营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787121014062

10位ISBN编号：7121014068

出版时间：2005-8

出版时间：电子工业出版社

作者：符莎莉

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>

<<国际市场营销理论与实务>>

内容概要

本书从国际市场分析、国际市场营销战略、国际市场营销策略3个层面对国际市场营销的理论和实务问题进行系统而深入的阐述，在对国际市场环境进行总体分析的基础上，着重对国际目标市场的选择及进入、国际市场营销组合策略等核心问题进行深入的分析与研究。

本书系统地介绍了国际市场营销的基本概念、国际市场营销的环境分析、国际营销调研、国际目标市场选择、国际市场营销战略、国际营销组合策略和国际市场营销管理，并采用国际营销成熟而鲜活的案例，努力展示前沿的研究成果和国际市场营销的发展方向。

本书具有系统性、实用性和实践性，能满足高等职业院校电子商务、市场营销、国际经济与贸易、工商管理、商务英语、商务管理等专业使用，还可作为各类企业经理和营销管理人员的培训教材。

<<国际市场营销理论与实务>>

书籍目录

第1章 国际市场营销概论 1.1 国际营销的基本概念 1.2 企业国际化经营的动因 1.3 企业国际市场营销的发展演变过程 本章小结 案例分析 复习思考题第2章 国际市场的经济与政治环境 2.1 国际营销经济环境 2.2 国际营销的政治环境 本章小结 案例分析 复习思考题第3章 国际市场的文化、法律与科技环境 3.1 国际市场的社会文化环境 3.2 国际市场的法律环境 3.3 国际市场营销的科技环境 本章小结 案例分析 复习思考题第4章 国际营销调研 4.1 国际营销调研概述 4.2 国际营销调研的方法与技术 4.3 国际营销调研活动的组织 本章小结 案例分析 复习思考题第5章 国际目标市场选择 5.1 国际市场细分 5.2 国际目标市场战略 5.3 国际目标市场的定位 本章小结 案例分析 复习思考题第6章 国际市场营销战略 6.1 国际市场化的进入障碍 6.2 国际市场的进入模式 6.3 国际市场竞争战略 6.4 国际战略联盟 本章小结 案例分析 复习思考题第7章 国际营销产品策略 7.1 产品的整体概念与产品组合 7.2 产品生命周期与国际产品生命周期 7.3 国际市场新产品的开始策略 7.4 国际营销产品的标准化和修正化营销策略 7.5 国际营销产品的品牌策略与包装策略 本章小结 案例分析 复习思考题第8章 国际市场定价策略 第9章 国际市场分销策略第10章 国际市场促销策略第11章 国际市场营销管理参考文献

<<国际市场营销理论与实务>>

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>