

<<国际营销学>>

图书基本信息

书名：<<国际营销学>>

13位ISBN编号：9787300092782

10位ISBN编号：7300092780

出版时间：2008-5

出版时间：中国人民大学出版社

作者：郭国庆 编

页数：338

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

国际营销学是市场营销学的分支，是随着国际市场的形成和国际贸易的迅猛发展而建立、发展并完善起来的一门新兴学科。

国际营销环境的多变性、复杂性、多元性决定了其与国内营销存在较大差异。

本书从国际营销概论、国际营销环境分析、国际营销组合策略、国际营销的组织控制等对国际营销的理论和实务问题进行系统而深入的阐述。

本书共分为12章，包括国际营销的基本概念、国际市场的进入方式、国际营销环境分析、国际营销的战略思考、国际营销组合策略和国际营销计划组织执行控制等内容。

<<国际营销学>>

书籍目录

第1章 国际营销概论 第1节 全球化的市场与国际化的企业 第2节 国际营销与国际营销学 第3节 国际营销的主要理论依据 第4节 中国企业的国际营销 案例 案例1—1 阿里巴巴与雅虎的并购合作 案例1—2 中国工程机械行业遭遇“斩首式”并购第2章 进入国际市场 第1节 进入国际市场的方式 第2节 间接出口 第3节 直接出口 第4节 国外生产 案例 案例2—1 华晨汽车出口欧洲 案例2—2 雷克萨斯掘金美国豪华车市场第3章 国际营销的经济环境 第1节 世界经济 第2节 同别市场的经济环境 第3节 市场规模 第4节 经济特性 案例 案例3—1 中国—东盟自由贸易区中的中国企业商机 案例3—2 新加坡助推苏州工业园区第4章 国际营销的文化环境 第1节 文化与国际营销 第2节 国际营销中的营销环境分析 第3节 营销道德和社会责任 第4节 文化差异与文化适应 案例 案例4—1 孔子学院在世界 案例4—2 好莱坞的全球化第5章 国际营销的政治环境 第1节 政治与国际营销 第2节 国际营销的政治环境 第3节 东道国的政治干预 第4节 政治环境的分析评估 案例 案例5—1 明基并购西门子手机之痛 案例5—2 中海油竞购优尼科第6章 国际营销的法律环境 第1节 国际法系基础 第2节 母国与东道国的法律环境 第3节 知识产权保护 第4节 争端解决 案例 案例6—1 沃尔玛遭遇中国工会 案例6—2 APP纸业的“中国之痒”第7章 国际营销的战略思考 第1节 国际营销的市场细分 第2节 细分市场的评估与选择 第3节 国际营销战略 案例 案例7—1 华为坚毅的国际化之路 案例7—2 全球化的曼联 理论新进展第8章 国际营销的产品策略 第1节 全球品牌管理 第2节 产品的标准化和差异化 第3节 产品在国际市场的完善 第4节 产品线管理 案例 案例8—1 海尔电冰箱在全球化下的二次创新战略 案例8—2 宝洁在中国的“润妍之痛”第9章 国际营销的渠道策略 第1节 国际市场的批发和零售 第2节 国际渠道的设计 第3节 国际渠道的管理 第4节 国际营销渠道的新进展 案例 案例9—1 北京奥运特许经营计划 案例9—2 联想和戴尔的渠道之争 理论新进展第10章 国际营销的价格策略 第1节 定价基础 第2节 出口定价 第3节 跨国公司定价 第4节 国际营销的定价挑战 案例 案例10—1 沃尔玛从天天平价到价格竞争 案例10—2 “价格屠夫”格兰仕 理论新进展第11章 国际营销的促销策略 第1节 国际营销中的广告 第2节 国际营销中的人员推销 第3节 国际营销中的销售促进 第4节 国际营销中的公共关系 案例 案例11—1 水井坊借道图谋国际市场 案例11—2 芝华士在中国的奢华第12章 国际营销的计划、组织、执行与控制 第1节 国际营销中的计划 第2节 国际营销中的组织 第3节 国际营销中的执行 第4节 国际营销中的控制 案例 案例12—1 娃哈哈与达能纷争 案例12—2 雷诺日产的“双城记” 参考文献

章节摘录

第1章 国际营销概论 第1节 全球化的市场与国际化的企业 一、全球化与国际贸易 全
球化是一种历史现象。

它通过货物、信息、知识和文化的交流将世界联系得更加紧密。

最近一波全球化的浪潮始于1980年，是由交通和通信技术进步以及大量试图通过开放国际贸易吸引外国投资的发展中国家推动的。

这实际上是早在1870年开始的同一现象的第三次浪潮。

第一次浪潮始于1870年，终于第一次世界大战开始之际。

它是由交通运输的进步和贸易壁垒的减少推动的。

随着世界贸易的增长，出口占世界收入的比重翻了一番，达到8%。

人们寻找更佳工作机会的愿望，推动了大规模的移民。

全世界约有10%的人移居到新的国家。

欧洲有6 000万人移居到北美洲和其他新大陆。

同样的事情也发生在人口众多的中国和印度，那里的人们移居到人口稀少的国家。

如斯里兰卡、缅甸、泰国、菲律宾和越南。

随着第一次世界大战的结束，世界进入了一个保护主义时代，建立了关税等贸易壁垒。

世界经济增长停滞了，出口在世界收入中的比重跌至1870年的水平。

第二次世界大战后，世界迎来了全球化的第二次浪潮。

这次浪潮从1950年左右持续到1980年。

其主要特征是，欧洲、北美洲和日本通过一系列多边贸易开放举措恢复了贸易关系，实现了发达国家之间的一体化。

在此阶段，贸易快速增长的经济合作与发展组织中的国家取得了快速的经济增长。

.....

编辑推荐

《21世纪工商管理系列教材：国际营销学》从国际营销概论、国际营销环境分析、国际营销组合策略、国际营销的组织控制等对国际营销的理论和实务问题进行系统而深入的阐述。

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>