

<<全球营销>>

图书基本信息

书名：<<全球营销>>

13位ISBN编号：9787300163680

10位ISBN编号：7300163688

出版时间：2012-9

出版时间：中国人民大学出版社

作者：基根 等著，傅慧芬 改编

页数：415

字数：741000

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>

<<全球营销>>

内容概要

沃伦·J·基根和马克·C·格林编著的《全球营销（英文版·第6版）》是一本影印改编版教材，原著Global Marketing是国际营销领域的资深学者沃伦·J·基根教授的一本经典著作，在许多国家的高校中被用作“全球营销学”或“国际营销学”课程的教材。

第6版沿袭以前版本的框架，首先概览了由经济与金融、社会与文化、政治与法律等方面构成的全球商务环境，进而从环境和战略的角度讨论企业的全球营销策略和方式。书中通过介绍一套先进的概念和分析工具（如价值链分析框架、产品贸易周期模型、国际产品生命周期理论、管理导向类别框架、杠杆理论、资源外取理论、全球战略伙伴关系、全球本地化整合原理和国家竞争优势分析框架等），启迪和帮助学生在全球营销中把握发展战略，成功创建和实施4P策略组合。

《全球营销（英文版·第6版）》适合用作经济管理类相关专业本科生、研究生、MBA双语课程教材，也适用于从事国际营销和国际商务的各类外向型企业管理和营销人员。

<<全球营销>>

作者简介

沃伦·J·基根(Warren J. Keegan)

美国佩斯大学卢宾商学院国际商务和营销学教授，现任该院全球企业战略协会会长，兼任英国克兰菲尔德管理学院、中欧工商管理学院、美国沃顿商学院、法国ESSEC商学院等多所院校客座教授。拥有哈佛商学院MBA学位和博士学位。

基根博士在Harvard

Business Review、Journal of Marketing、Journal of International Business Studies、Administrative Science

Quarterly等国际一流期刊上发表过多篇文章，著有《有效的营销计划：以增长和盈利能力为目标》、《全球营销原理》、《判断、选择和决策：通过自知开展有效管理》、《全球营销管理》等。

基根博士还是国际商务研究会的终身特别会员，亚洲全球商务领导人协会的“杰出人物”(IEP)，并入选《马奎斯美国名人录》。

马克·C·格林(Mark

C.Greerl)，美国辛普森大学(位于艾奥瓦州印第安诺拉)管理学和营销学教授，主讲管理学、营销学、广告学、国际营销学、管理创新和俄语等多门课程。

曾在劳伦斯大学获得俄语文学的学士学位，在康奈尔大学获得俄语语言学硕士和博士学位，在雪城大学获得营销管理方向的MBA学位。

格林博士多次荣获学校教学和科研奖励，如1997年杰出研究和写作奖、1995年的资深教师优秀教学奖等。

傅慧芬，对外经济贸易大学国际商学院营销学教授、博士生导师、营销学系主任，校全球营销研究中心主任，中国市场学会理事，中国广告主协会专家咨询委员会专家，曾在美国、澳大利亚、德国作访问学者并讲学。

主要研究领域为国际/全球营销、整合营销沟通。

在国内外发表学术论文数十篇，主持教育部“十五”人文社科研究项目、中国广告主协会项目等多个项目。

著有《西方广告世界》，主编《营销学原理》、《当代营销学案例集》等。

主持“营销学原理”课程建设，被评为2007年度北京市精品课程、2007年度国家双语教学示范课程建设项目、2009年度网络教育国家级精品课程。

<<全球营销>>

书籍目录

第一篇 概论

第1章 全球营销导论

第二篇 全球营销环境

第2章 全球营销环境

第3章 社会和文化环境

第4章 政治、法律和法规环境

第三篇 走进全球市场

第5章 全球营销信息系统和市场调研

第6章 市场细分、目标市场确定与市场定位

第7章 全球市场进入战略：许可经营、投资和战略联盟

第四篇 战略与全球营销策略组合

第8章 竞争优势的战略要素

第9章 产品与品牌决策

第10章 定价决策

第11章 全球营销渠道和实体分销

第12章 全球营销沟通决策i：广告与公共关系

第13章 全球营销沟通决策ii：销售促进、人员推销及营销沟通的特殊形式

第14章 全球营销和数学革命

术语表

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>