

<<国际市场营销实务>>

图书基本信息

书名：<<国际市场营销实务>>

13位ISBN编号：9787300164533

10位ISBN编号：7300164536

出版时间：2012-10

出版时间：中国人民大学出版社

作者：李尔华 编

页数：234

字数：348000

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>

## <<国际市场营销实务>>

### 内容概要

《国际市场营销实务》吸收最新国际市场营销相关理论和研究成果的精髓，并结合我国企业开展国际市场营销活动的实际情况，系统地介绍了国际市场营销的概念、理论、方法和技术。本书内容全面，条理清晰，理论阐述深入浅出，运用实例介绍营销策略操作，强调系统性、实用性、可操作性三大特色，《国际市场营销实务》适合高等职业教育教学和实际工作者使用。李尔华教授编写了本书。

# <<国际市场营销实务>>

## 书籍目录

### 第一章 国际营销概述

- 第一节 国际营销的产生
- 第二节 国际营销的特点和意义
- 第三节 企业国际化经营与国际营销
- 第四节 国际市场分析

### 第二章 国际营销环境

- 第一节 国际营销环境概述
- 第二节 国际营销的社会文化环境
- 第三节 国际营销的政治和法律环境
- 第四节 国际营销的经济和人口环境

### 第三章 国际营销调研

- 第一节 国际营销调研概述
- 第二节 国际营销调研方法
- 第三节 营销调研机构与营销调研活动的组织

### 第四章 国际市场购买行为分析

- 第一节 消费者市场购买行为分析
- 第二节 集团市场购买行为分析

### 第五章 国际市场细分与市场进入

- 第一节 国际市场细分
- 第二节 国际目标市场的选择
- 第三节 国际目标市场的定位

### 第六章 国际营销产品策略

- 第一节 国际营销中产品的概念、分类及产品组合策略
- 第二节 国际营销中的产品市场生命周期及其策略
- 第三节 国际营销新产品的开发策略
- 第四节 国际营销产品的品牌商标策略、包装策略及服务策略
- 第五节 国际营销产品的标准化和差异化策略
- 第六节 国际营销中产品的修正策略

### 第七章 国际市场价格策略

- 第一节 国际市场产品定价的影响因素
- 第二节 国际市场产品的定价方法和定价策略
- 第三节 国际市场价格的管理与控制
- 第四节 跨国公司的定价策略

### 第八章 国际市场分销策略

- 第一节 国际分销渠道的结构
- 第二节 国际分销渠道的参与者
- 第三节 国际分销渠道的选择
- 第四节 国际分销渠道的管理

### 第九章 国际市场促销策略

- 第一节 国际广告
- 第二节 国际市场人员推销
- 第三节 国际营业推广
- 第四节 国际公共关系

### 第十章 国际营销的组织与控制

- 第一节 国际营销组织

<<国际市场营销实务>>

第二节 国际营销控制

参考文献

章节摘录

版权页：插图：三、国际市场推销人员的管理 国际市场推销人员的管理主要包括选择、培训、激励和评估等环节。

(一) 国际市场推销人员的选择 产品推销成败的关键首先是能否挑选到优秀的推销人员。优秀的推销人员除具有强烈的进取心、熟练的沟通技巧外，还要具备对文化的适应力及独立工作的能力。

对于某个外国市场来说，国际营销企业的推销人员可以有三种来源：(1) 目标国当地居民。在长期的国际销售中，企业主要使用当地公民作为它们的销售代表，因为这些人更熟悉当地的商业活动，管理上也更易于协调。

(2) 企业从国内选派的推销人员。企业可以从国内选派人员出国担任推销工作。企业这样做是为了：改进子公司的销售业绩；控制某些重要的管理职位；传授销售策略、销售过程和推销技巧等。

当然，企业选派的销售人员要熟悉当地的语言，要能够适应当地的社会文化环境。如派往伊斯兰教地区的销售人员必须熟悉并尊重伊斯兰教。

(3) 除目标国家和本国以外的第三国居民。  
(二) 国际市场推销人员的培训 为了提高国外销售人员的工作能力，更好地完成销售任务，公司应对推销人员进行严格的培训。

一般来说，推销人员的培训既可在目标国家进行，也可安排在企业所在地或企业地区培训中心进行。培训的内容可根据推销员的来源确定，销售人员的来源不同，对其培训的侧重点也不同。

1. 对当地或第三国推销人员的培训 对他们的培训应侧重于介绍本公司和外销产品的情况，让他们了解并熟悉技术资料和企业所采用的销售方法，如企业的经营目标、组织结构、财务状况、主要产品销售状况、长远规划以及产品的结构、成分、性能、用途和维修方法等各方面的知识，以便为顾客提供咨询和服务。

同时还要明确推销人员的工作程序和责任等。

2. 对本公司外派人员的培训 对他们培训的重点是进行当地的语言、礼仪、生活习惯和商业习俗等方面的培训，帮助其了解、适应目标国家的文化。

3. 对推销人员的短期培训 随着知识经济时代的到来，产品创新和更新换代步伐加快。

为此需要对推销人员进行临时性的短期培训。

对于这种类型的培训，企业既可采取巡回培训组到各地现场培训的方法，也可将推销人员集中到地区培训中心进行短期培训。

<<国际市场营销实务>>

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>