

<<国际市场营销>>

图书基本信息

书名：<<国际市场营销>>

13位ISBN编号：9787301136362

10位ISBN编号：7301136366

出版时间：2008-8

出版时间：北京大学出版社

作者：田玉丽

页数：314

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>>

内容概要

为了适应市场经济的发展和高职高专培养应用型管理人才的需要，各大院校具有丰富教学经验和实践技能的教师，共同编写了本教材。

《国际市场营销》一书以理论为基础，突出应用和实践技能的培养。

本书在系统介绍国际市场营销概念和理论的基础上，注重企业进行国际市场营销活动的实用性和可操作性，本着实用、创新、可操作性和可启发性原则，通过吸收国内外国际市场营销的精髓，总结我国的企业和国际知名企业的国际市场营销实践规律、技巧和方法，从而使本教材对读者和我国的企业开拓国际市场、制定国际市场营销策略起到积极的指导作用。

本书可作为高等院校市场营销、国际经济与贸易、工商管理专业的教材，也可以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>>

书籍目录

第一章 国际市场营销导论 第一节 市场营销学和国际市场营销学的形成和发展 第二节 市场营销观念 第三节 国际市场营销理论的新发展 个案分析 思考问题 技能训练 第二章 国际市场营销环境分析 第一节 国际市场营销环境概述 第二节 国际市场营销宏观环境 第三节 国际市场营销微观环境 第四节 国际市场营销环境分析方法 个案分析 思考问题 技能训练 第三章 国际市场营销调研和预测 第一节 国际市场营销信息系统 第二节 国际市场营销调研 第三节 国际市场营销预测 个案分析 思考问题 技能训练 第四章 不同市场的购买行为分析 第一节 国际消费者市场的购买行为分析 第二节 国际生产者市场的购买行为分析 个案分析 思考问题 技能训练 第五章 国际市场营销战略 第一节 市场营销战略概述 第二节 国际市场选择(STP)战略决策 第三节 企业业务组合与业务发展战略 第四节 国际市场进入战略 第五节 国际市场竞争战略 个案分析 思考问题 技能训练 第六章 国际市场营销产品策略 第一节 国际市场产品及其产品生命周期 第二节 产品组合与产品线策略 第三节 国际市场新产品开发策略 第四节 国际市场产品品牌与包装策略 个案分析 思考问题 技能训练 第七章 国际市场营销定价策略 第一节 国际市场定价依据和定价目标 第二节 国际市场营销定价方法 第三节 国际市场营销定价策略 个案分析 思考问题 技能训练 第八章 国际市场营销分销渠道策略 第一节 国际市场营销分销渠道 第二节 国际市场营销中间商的选择 第三节 国际市场营销分销渠道的管理 个案分析 思考问题 技能训练 第九章 国际市场营销促销策略 第一节 国际市场营销促销组合策略 第二节 国际市场人员推销策略 第三节 国际市场广告策略 第四节 国际市场营业推广策略 第五节 国际公共关系策略 个案分析 思考问题 技能训练 第十章 国际市场营销管理 第一节 国际市场营销管理概述 第二节 国际市场营销计划管理 第三节 国际市场营销组织管理 第四节 国际市场营销控制 个案分析 思考问题 技能训练 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>