

<<国际营销精要>>

图书基本信息

书名：<<国际营销精要>>

13位ISBN编号：9787501716326

10位ISBN编号：7501716323

出版时间：2007-10

出版时间：中国经济出版社

作者：孙忠群 编

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>

## <<国际营销精要>>

### 内容概要

本书以企业为主体，以营销管理为主线，全面吸收经典国际营销著作的精华，紧密结合我国社会主义市场经济发展的客观环境，系统地阐述企业开展国际营销的基本理论与方法。

本书从国际市场环境分析、国际营销战略、国际营销策略和国际营销的组织与控制等四个层面对国际营销的理论与实务进行系统而深入地阐述；本书强调国际营销的特殊性及学科相对独立性，假定读者已经较系统学习过市场营销理论或对一般市场营销活动较为熟悉，因而紧扣国际营销“跨国性”的主题，原则上不再重复一般市场营销相关内容；本书以导入案例方式引入大量生动的中外知名企业开展国际营销的实例，帮助读者更好地理解国际营销的有关知识。

<<国际营销精要>>

书籍目录

第一章 国际营销导论第一节 国际营销的基本概念第二节 国际营销的动因与管理过程思考题案例分析  
第二章 国际营销经济环境第一节 经济发展水平第二节 市场规模分析第三节 经济特性第四节 国际经济组织与区域经济一体化思考题案例分析第三章 国际营销的政治与法律环境第一节 国际营销分析中的政治环境因素第二节 政治风险第三节 国际法律环境思考题案例分析第四章 国际营销的文化环境第五章 国际营销调研第六章 国际目标市场战略第七章 国际市场进入策略第八章 国际产品策略第九章 国际价格策略第十章 国际分销渠道策略第一节 国际分销渠道的类型与选择第十一章 国际促销策略第十二章 国际营销组织与控制

<<国际营销精要>>

编辑推荐

本书以企业为主体，以营销管理为主线，全面吸收经典国际营销著作的精华，紧密结合我国社会主义市场经济发展的客观环境，系统地阐述企业开展国际营销的基本理论与方法。

本书从国际市场环境分析、国际营销战略、国际营销策略和国际营销的组织与控制等四个层面对国际营销的理论与实务进行系统而深入地阐述；本书强调国际营销的特殊性及学科相对独立性，假定读者已经较系统学习过市场营销理论或对一般市场营销活动较为熟悉，因而紧扣国际营销“跨国性”的主题，原则上不再重复一般市场营销相关内容；本书以导入案例方式引入大量生动的中外知名企业开展国际营销的实例，帮助读者更好地理解国际营销的有关知识。

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>