

<<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：9787504963895

10位ISBN编号：7504963895

出版时间：2012-6

出版时间：中国金融出版社

作者：王婧 编

页数：201

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

《高职高专国际商务类“十二五”规划系列教材·国际商务类系列教材：国际市场营销实务》以培养职业能力为核心，体现工学结合、任务驱动、项目导向的教学模式，强调对学生营销能力的调练。

全书共分为四篇十二个学习情境。

第一篇为基础分析篇，分析了国际市场营销的动因和环境。

第二篇为战略分析篇，包括企业进入国际市场、制定发展战略的一系列工作。

第三篇为策略组合篇，包括产品策略、定价策略、分销策略和促销策略的设计。

第四篇为营销技术篇，主要针对网络营销和电话营销，引导学生开展对这两种营销方式的策划。

本教材在编写过程中，以一具体公司开展海外营销业务为线索，带领学生执行各项任务，充分体现了职业性和实践性的要求。

《高职高专国际商务类“十二五”规划系列教材·国际商务类系列教材：国际市场营销实务》既可作为高职高专经济类、管理类及其他相关专业的教材，也可作为高等成人教育、应用型本科院校教学用书及社会人士的参考读物。

<<国际市场营销实务>>

书籍目录

第一篇 基础分析篇学习情境一 分析国际市场营销动因一、学习目标二、工作项目三、操作示范四、知识链接五、能力实训六、思考与练习学习情境二 分析国际市场营销宏观环境一、学习目标二、工作项目三、操作示范四、知识链接五、能力实训六、思考与练习第二篇 战略分析篇学习情境三 开展国际市场营销调研一、学习目标二、工作项目三、操作示范四、知识链接五、能力实训六、思考与练习学习情境四 分析国际市场营销竞争环境和战略一、学习目标二、工作项目三、操作示范四、知识链接五、能力实训六、思考与练习学习情境五 进行国际市场细分及市场进入策略一、学习目标二、工作项目三、操作示范四、知识链接五、能力实训六、思考与练习学习情境六 分析国际市场购买行为一、学习目标二、工作项目三、操作示范四、知识链接五、能力实训六、思考与练习第三篇 策略组合篇学习情境七 设计国际市场产品策略一、学习目标二、工作项目三、操作示范四、知识链接五、能力实训六、思考与练习学习情境八 设计国际市场定价策略一、学习目标二、工作项目三、操作示范四、知识链接五、能力实训六、思考与练习学习情境九 设计国际市场分销策略一、学习目标二、工作项目三、操作示范四、知识链接五、能力实训六、思考与练习学习情境十 设计国际市场促销策略一、学习目标二、工作项目三、操作示范四、知识链接五、能力实训六、思考与练习第四篇 营销技术篇学习情境十一 策划网络营销一、学习目标二、工作项目三、操作示范四、知识链接五、能力实训六、思考与练习学习情境十二 策划电话营销一、学习目标二、工作项目三、操作示范四、知识链接五、能力实训六、思考与练习参考文献

<<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>