第一图书网, tushu007.com

<<国际市场营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<国际市场营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787542917942

10位ISBN编号：7542917943

出版时间：2007-1

出版时间：立信会计

作者：姚小远

页数：287

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

内容概要

国际市场营销学于20世纪60年代从基础市场营销学中分离出来，成长为一门独立的现代管理应用学科，它是现代市场营销基本理论的应用从国内市场到国际市场的延伸和扩展。
在21世纪经济全球化进一步发展的环境激励下，国际市场营销学的研究内容有了突破，它在企业外向型发展决策中所起的作用也越来越大，有关国际市场营销学的理论和方法也在不断地发展与完善。
　　本书较为系统地介绍了国际市场营销学的概念和基本原理，并根据国际市场营销的实践介绍了相关的方法，内容浅显易懂，实用性比较强；同时每章后附有相应的案例，以帮助读者更好地把握所学内容。
本书既可作为国民教育系列各个层次的教材，也可作为从事国际市场营销和国际贸易人员的实用参考读物。

书籍目录

第一章 导论　第一节 国际市场营销学的形成和发展　第二节 国际市场营销观念　第三节 国际市场营销学和国内市场营销学　第四节 国际市场营销和国际贸易　第五节 跨国公司和国际市场营销的推进　思考题　案例“地理盲”惹是生非，微软公司给员工“补课”第二章 国际市场营销环境分析　第一节 国际市场营销系统和环境　第二节 国际市场微观营销环境　第三节 国际市场宏观营销环境　第四节 国际市场营销环境分析　思考题　案例 欧洲迪斯尼的扭亏为盈第三章 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　思考题　案例 马福德制药公司调查拉丁美洲药品市场第四章 国际市场营销购买行为分析　第一节 国际市场消费者分析　第二节 国际市场消费者购买行为分析　第三节 国际市场生产者购买行为分析　第四节 中间商、政府和社团市场购买行为分析　思考题　案例“康师傅”开拓中国方便面市场第五章 国际目标市场选择　第一节 国际市场细分　第二节 国际目标市场的选择标准　第三节 国际市场定位　思考题　案例 美国酒店经营赢在市场细分第六章 国际市场营销战略　第一节 国际市场营销战略概述　第二节 国际市场进入战略　第三节 国际市场发展战略　第四节 国际市场竞争战略　思考题　案例 宝洁公司的国际营销战略第七章 国际市场营销产品策略　第一节 国际产品的涵义　第二节 国际市场产品生命周期　第三节 国际市场产品组合策略　第四节 国际市场新产品开发　第五节 国际品牌和包装策略　思考题　案例 海尔的名牌战略第八章 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 国际市场营销定价的多种策略　第四节 国际转移定价　思考题　案例 康柏电脑公司的降价策略第九章 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的模式　第二节 进入国际市场的渠道类型　第三节 国际中间商的选择　第四节 国际市场营销分销渠道的管理　思考题　案例“戴尔”公司的成功之道第十章 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　思考题　案例 如何战胜顾客的拒绝第十一章 国际市场营销观念的创新　第一节 大市场营销　第二节 关系营销　第三节 服务营销　第四节 绿色营销　第五节 文化营销　思考题　案例 万宝路的营销之路第十二章 国际市场网络营销　第一节 国际市场网络营销概述　第二节 网络营销的特点　第三节 网上消费的特征和行为　第四节 网络市场调研　思考题　案例 大通银行的网络营销策略第十三章 国际市场营销风险管理　第一节 国际市场营销风险管理概述　第二节 国际市场营销政治风险管理　第三节 国际市场营销外汇风险管理　第四节 国际市场营销经营风险管理　第五节 国际市场营销信用风险管理　思考题　案例 日本雇聘的美国“走廊客”第十四章 国外跨国公司营销的新趋势　第一节 跨国公司价值链策略的转变　第二节 跨国公司的柔性营销策略　第三节 跨国公司的整合营销渠道策略　第四节 跨国公司在华的关系营销　思考题　案例 福特与T型车参考文献

第一图书网, tushu007.com

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