

<<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：9787543220065

10位ISBN编号：7543220067

出版时间：2011-12

出版时间：格致出版社

作者：朱亚多 主编

页数：325

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

国际市场营销学是市场营销专业的一门专业课，也是工商管理、国际贸易等专业的一门必修课，通过本课程的学习，可使学生懂得有关国际市场营销的基本概念、原理，同时课程配合使用国内外的市场营销案例进行讲述，可使学生掌握具有一定可操作性的实践技巧。

《高等院校管理学科"十二五"规划教材:国际市场营销》共11章。

第一章为导论，概括性地介绍了国际市场营销的基本知识，企业进入国际市场的原因及背景；第二章介绍了国际企业所要面对的国际市场营销的环境，包括文化环境、政治法律环境、经济环境、技术环境和自然环境；第三章主要介绍了国际市场调研的内容和方法；第四章讲述了国际目标市场营销的有关理论；第五章介绍了企业进入国际市场的模式以及进入模式的选择和制约因素；第六章介绍了国际竞争优势以及企业如何有效获得国际市场的竞争优势；第七章至第十章介绍了国际营销组合策略；第十一章简单讲述了国际市场未来的发展趋势，主要介绍了各个环境因素可能的变化情况，全球营销，以及反全球化运动。

《高等院校管理学科"十二五"规划教材:国际市场营销》可用作工商管理、国际贸易等专业的教材，也可以作为从事国际市场相关企业的参考培训教材。

作者简介

朱亚多，武汉工业大学经济与管理学院副教授。

<<国际市场营销>>

书籍目录

第1章 国际市场营销导论

- 1.1 国际市场营销简介
- 1.2 国际市场营销与市场营销
- 1.3 国际市场营销的驱动因素
- 1.4 我国企业走向国际市场的动因
- 1.5 国际市场营销的演变过程
- 本章小结
- 本章思考题
- 案例分析

第2章 国际市场营销环境分析

- 2.1 国际营销环境综述
- 2.2 国际文化环境
- 2.3 国际经济环境
- 2.4 国际金融环境
- 2.5 国际政治与法律环境
- 2.6 国际技术环境
- 2.7 国际物质环境
- 本章小结
- 本章思考题
- 案例分析

第3章 国际市场调研

- 3.1 国际市场营销调研
- 3.2 国际市场营销调研方案
- 3.3 国际市场调研方法
- 3.4 国际市场调研组织
- 本章小结
- 本章思考题
- 案例分析

第4章 国际目标市场营销

- 4.1 国际市场细分
- 4.2 国际市场选择
- 4.3 国际市场定位
- 本章小结
- 本章思考题
- 案例分析

第5章 国际市场进入模式

- 5.1 进入国际市场的战略要素
- 5.2 决策过程
- 5.3 进入国际市场的方式
- 5.4 影响企业选择进入国际市场模式的因素
- 本章小结
- 本章思考题
- 案例分析

第6章 国际企业竞争优势分析

- 6.1 行业分析

<<国际市场营销>>

6.2 国际市场竞争对手分析

6.3 竞争战略设计

本章小结

本章思考题

案例分析

第7章 国际市场产品策略

7.1 国际营销产品的整体概念

7.2 国际营销产品生命周期

7.3 国际营销中的新产品开发

7.4 国际营销产品的品牌策略

本章小结

本章思考题

案例分析

第8章 国际市场营销定价策略

8.1 影响国际市场定价的因素

8.2 国际市场定价方法

8.3 国际市场的基本定价策略

8.4 国际企业的价格决策

本章小结

本章思考题

案例分析

第9章 国际市场分销策略

9.1 国际分销渠道结构

9.2 国际分销渠道的选择

9.3 国际分销渠道管理

本章小结

本章思考题

案例分析

第10章 国际市场促销策略

10.1 国际广告策略

10.2 国际市场人员促销策略

10.3 国际市场营业推广策略

10.4 国际营销公共关系策略

本章小结

本章思考题

案例分析

第11章 国际市场营销的发展趋势

11.1 国际营销环境的变化

11.2 全球化营销

11.3 反全球化运动

本章小结

本章思考题

案例分析

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>