第一图书网, tushu007.com

<<国际市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<国际市场营销学>>

13位ISBN编号：9787560959290

10位ISBN编号：7560959296

出版时间：2010-1

出版时间：华中科技大学出版社

作者：汤定娜 编

页数：276

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

前言

在经济全球化背景下，随着市场经济的发展，一切面向市场的组织都必须投身于市场经济大潮之中，按照市场经济的规律，搞好自身的经营和管理。
社会经济的这一发展趋势，使得会经营、懂管理、善策划的市场营销专业人才成为了市场的宠儿，社会对市场营销专业人才的需求逐年递增。
市场营销专业是随着市场经济的发展而建立和不断发展起来的新兴专业，迄今为止，还不到100年的历史。
随着营销实践的发展，市场营销的内涵及其对与之相关联的营销人才知识体系的要求也在不断发展和变更：市场营销已由单纯的销售产品实施过程发展到营销的战略和策划过程，由单纯的产品营销发展到品牌营销，由单纯的实物产品营销发展到服务产品的营销，由单纯的交易性营销发展到交易与关系相结合的全面营销，由单纯的微观营销发展到宏观与微观相结合的全方位营销。
从我国的情况来看，1978年开始引进市场营销课程，1992年才正式将市场营销专业列入本科招生目录。
十几年来，随着社会对市场营销专业人才需求的增长，开设市场营销专业的院校已从最初的一部分综合大学、财经院校，发展到理、工、医、农、艺、体等各类院校，以及各类职业技术院校；人才培养的层次也由原来的本科、专科，发展到硕士、博士（重点院校自主招生或作为专业方向招生）层次。
由此，我们抱着根据学科的发展及社会对市场营销专业人才的需要来重新规划营销人才培养体系，设计市场营销专业系列教材，为新型的市场营销专业人才的培养提供工具的目的，编著出版了这套“21世纪市场营销立体化系列教材”。
本系列教材的编著力求凸现如下特点。
第一，按照社会对营销人才知识体系新的要求设计系列教材。
既包括交易营销方面的理论和知识，又包括关系营销、服务营销、品牌营销、营销策划等方面的理论和知识。
第二，引进营销方面的最新的理论和成果。
系列教材的作者在编著过程中，都力求吸收国内外的最新成果，体现营销发展的最新动向，力求教材内容上的创新。

内容概要

随着中国企业国际化进程的加快，中国企业能否顺利立足国际市场并在国际竞争中取胜显得越来越重要。
根据企业国际营销人才培养的现实需求，本教材编写突出了系统性、实践性和可读性等特点：本书共有十章，第一章导论是对本学科基本概念和体系及发展概况的介绍，在课程学习中起着导引的作用；第二章是国际营销战略计划，介绍了国际市场营销战略的概念、构成要素及国际市场营销的目标、战略类型及战略计划的制定过程，以及国际市场营销战略投资组合的分析、评价和选择的方法；第三章是国际市场分析与评估，主要内容有国际市场预测的定量和定性方法，以及国际环境的分析要素和国际市场的主要类型及特点；第四章为国际目标市场选择，包括国际市场细分的概念、层次及其意义，以及国际市场细分的标准、国际目标市场的选择方法和评估方法及程序；第五章是国际市场进入方式，主要是介绍进入国际市场的各种方式、影响国际市场进入方式的因素和国际市场进入的选择策略；第六章到第九章分别是国际市场产品策略、国际市场渠道策略、国际市场促销策略和国际市场价格策略，阐述了进入国际市场后采用的营销组合策略；最后一章是国际市场营销管理，包括国际营销管理导向和原则、国际营销组织形式及其选择以及国际营销审计的特征和步骤。
本教材不仅能满足在校本科生教学需要，也能为营销人员从事国际市场营销实践提供借鉴和参考。

作者简介

汤定娜，1955年出生于湖北武汉，祖籍湖南湘潭。
现为中南财经政法大学教授、企业管理博士、中国市场学会理事、中国高校市场研究会理事、湖北市场营销学会常务理事。
主要研究领域是营销管理和消费者行为。
目前主持研究的课题有湖北省社科基金项目：“ 可持续发展下湖北企业国际化经营研究 ”， 湖北省教育厅项目：“ 全面开放后我国零售业竞争对策研究 ”和湖北省教育厅高等学校省级教学研究项目：“ 市场营销教学案例开发与案例库组建研究 ”。

书籍目录

第1章 导论第2章 国际市场营销战略计划第3章 国际市场分析与评估第4章 国际目标市场选择第5章 国际市场进入方式第6章 国际市场产品策略第7章 国际市场渠道策略第8章 国际市场促销策略第9章 国际市场价格策略第10章 国际市场营销管理主要参考文献后记

编辑推荐

随着中国企业国际化进程的加快，中国企业能否顺利立足国际市场并在国际竞争中取胜显得越来越重要。
根据企业国际营销人才培养的现实需求，本教材编写突出了系统性、实践性和可读性等特点，不仅能满足在校本科生教学需要，也能为营销人员从事国际市场营销实践提供借鉴和参考。

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