第一图书网, tushu007.com

<<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：9787561145579

10位ISBN编号：7561145578

出版时间：2008-11

出版时间：大连理工大学出版社

作者：杨丽 主编

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

内容概要

《国际市场营销》是新世纪高职高专教材编审委员会组编的国际经济与贸易类课程规划教材之一。
随着经济全球化进程的加快，我国企业越来越多地进入国际市场，参与国际市场的竞争。
这些企业在开展国际市场营销活动时，迫切需要大量了解和掌握国际市场营销的基本知识、一般规律和常用技术的人才。
高等职业院校是培养这类人才的重要载体。
本教材在编写中立足于高等职业教育高素质技能型人才的培养目标，既注重对学生进行国际市场营销理论知识系统性的讲授，也注重对学生的技能培养。
全书包括了国际市场营销的基本知识、当前国际市场的发展趋势分析、国际市场营销环境分析、国际市场营销调研、国际市场的进入方式、国际市场营销策略、国际市场产品的价格、分销与促销策略、国际服务营销等内容。
内容的选取在一定程度上反映了学生未来就业岗位的知识和技能需求，内容的编排和编写体例也在一定程度上体现了编者的教学体会和感悟。

<<国际市场营销>>

书籍目录

第1章　国际市场营销概述 1.1　国际市场营销概述 1.2　当今国际市场的发展变化趋势 1.3　企业开展国际市场营销的现实意义第2章　国际市场营销环境分析 2.1　国际市场营销的经济环境 2.2　国际市场营销的人口环境 2.3　国际市场营销的政治与法律环境 2.4　国际技术环境 2.5　国际市场营销的社会文化环境第3章　国际市场营销调研 3.1 国际市场营销调研主要内容 3.2　国际市场营销信息系统构成 3.3　国际市场营销调研的程序 3.4　国际市场营销调研的主要方法 3.5　国际市场营销预测第4章　国际市场进入模式 4.1　进人国际市场的模式 4.2　影响企业进入国际市场模式的因素 4.3　OEM——进入国际市场的特殊方式 4.4　倾销与反倾销第5章　国际目标市场营销策略 5.1　国际市场细分 5.2　国际目标市场的选择 5.3　国际市场定位第6章　国际市场产品策略 6.1 国际市场营销的产品概念 6.2　国际市场产品营销策略 6.3　国际市场产品生命周期 6.4 国际市场产品的品牌、商标、包装策略第7章　国际市场价格策略 7.1　影响国际市场产品定价的主要因素 7.2　国际市场定价策略与定价方法 7.3　国际市场商品单价和价格术语 7.4　跨国公司的转移价格第8章　国际市场分销策略　8.1　国际市场分销渠道概述　8.2　国际市场分销渠道的成员组成　8.3　国际市场分销渠道策略　8.4　国际市场分销渠道管理与冲突处理　8.5　国际物流管理第9章　国际市场促销策略　9.1　国际广告策略　9.2　国际市场人员推销策略　9.3　国际市场营业推广策略　9.4　国际市场公共关系策略第10章　国际服务营销　10.1　服务与服务营销　10.2　国际服务营销概述　10.3　国际服务营销环境　10.4　国际服务营销战略　10.5　国际服务营销组合附录参考文献

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