

<<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：9787562467786

10位ISBN编号：7562467781

出版时间：2012-8

出版时间：重庆大学出版社

作者：周洲 编

页数：369

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》是一门以市场营销学为基础的新兴学科，仍处于不断摸索和创新的阶段，集理论性和实践性于一体。

《市场营销专业本科系列教材：国际市场营销》不是侧重于一般理论的介绍，而是在兼顾国际市场营销的基本理论、原理与方法的同时，特别强调内容的实践性、应用性，加入了大量的案例和实例，使读者能够更加深入、形象地理解和掌握国际市场营销活动的特殊性和基本手段，以便于读者更好地学以致用。

《市场营销专业本科系列教材：国际市场营销》作为国际市场营销的入门教材，适用于高等院校管理和经济类专业的本科生，也可作为国际商务人员、跨国企业营销人员的参考用书。

<<国际市场营销>>

书籍目录

第1章 国际市场营销导论1.1 国际市场营销的定义1.2 市场营销与国际市场营销1.3 国际市场营销与国际贸易1.4 国际市场营销的发展历程1.5 国际市场营销观念的变化1.6 国际市场营销的动因本章小结思考题案例分析第2章 国际营销环境2.1 国际经济环境2.2 国际政治环境2.3 国际法律环境2.4 国际社会文化环境2.5 国际科技环境本章小结思考题案例分析第3章 国际市场营销调研3.1 国际市场营销调研概述3.2 国际市场营销调研方法3.3 国际市场营销调研数据处理本章小结思考题案例分析第4章 国际市场竞争战略和进入方式4.1 国际市场行业竞争分析4.2 国际市场竞争战略定位及实施4.3 国际市场的进入方式本章小结思考题案例分析第5章 国际市场消费者行为分析5.1 国际消费者市场购买行为分析5.2 国际组织市场购买行为分析本章小结思考题案例分析第6章 国际市场细分和目标市场确定6.1 国际市场细分的概念及方法6.2 国际目标市场选择6.3 国际市场定位本章小结思考题案例分析第7章 国际市场营销产品策略7.1 产品概念与国际市场产品计划7.2 产品标准化与差异化策略7.3 国际市场产品生命周期策略7.4 国际市场新产品开发策略7.5 品牌、商标和包装策略本章小结思考题案例分析第8章 国际市场营销价格策略8.1 影响国际定价的因素8.2 国际市场定价方法8.3 国际市场产品定价策略8.4 跨国公司的定价策略.....第9章 国际市场营销渠道策略第10章 国际市场营销促销策略第11章 国际市场营销新发展参考文献

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>