

<<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：9787565403194

10位ISBN编号：7565403199

出版时间：2011-5

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：李健 编

页数：297

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

由李健主编的《国际市场营销——理论与实务》从国际市场营销分析、国际目标市场的选择及进入方式的决策，到国际营销竞争战略的制定、国际营销组合策略及其实施以及国际营销过程的组织与控制，进行了全面、系统的剖析。

<<国际市场营销>>

书籍目录

第一章国际营销概述

学习目标

第一节市场营销的概念、营销学的研究对象及内容

第二节企业经营观念的演变

第三节国内营销与国际营销

第四节国际营销过程

第五节中国企业国际营销的时代特征

本章小结

主要概念与观念

思考与练习

案例分析与讨论

推荐阅读材料

第二章国际营销信息管理

学习目标

第一节国际营销调研

第二节国际营销信息系统

第三节国际营销需求预测

本章小结

主要概念与观念

思考与练习

案例分析与讨论

推荐阅读材料

第三章国际营销宏观环境分析

学习目标

第一节世界经济环境

第二节东道国经济环境

第三节政治环境

第四节法律环境

第五节文化环境

本章小结

主要概念与观念

思考与练习

案例分析与讨论

推荐阅读材料

第四章国际营销微观环境分析

学习目标

第一节消费者购买行为分析

第二节外部竞争环境分析

第三节企业内部环境分析

本章小结

主要概念与观念

思考与练习

案例分析与讨论

推荐阅读材料

第五章国际市场细分与目标市场营销战略

<<国际市场营销>>

学习目标

第一节国际市场细分

第二节目标市场营销

第三节国际市场定位

本章小结

主要概念与观念

思考与练习

案例分析与讨论

推荐阅读材料

第六章国际营销战略管理

学习目标

第一节基于不同市场地位的营销战略

第二节国际营销战略管理

第三节国际战略联盟

本章小结

主要概念与观念

思考与练习

案例分析与讨论

推荐阅读材料

第七章国际市场进入战略

学习目标

第一节国际市场进入方式

第二节国际市场进入方式的选择

第三节中国企业国际化的战略选择

本章小结

主要概念与观念

思考与练习

案例分析与讨论

推荐阅读材料

第八章国际营销组合策略

学习目标

第一节国际营销组合因素

第二节产品(品牌)策略

第三节价格策略

第四节渠道策略

第五节促销策略

本章小结

主要概念与观念

思考与练习

案例分析与讨论

推荐阅读材料

第九章国际服务营销

学习目标

第一节国际服务营销概述

第二节国际服务营销战略

第三节国际服务营销组合策略

本章小结

<<国际市场营销>>

主要概念与观念

思考与练习

案例分析与讨论

推荐阅读材料

第十章国际市场营销计划、组织和控制

学习目标

第一节国际市场营销计划

第二节国际市场营销组织

第三节国际市场营销控制

本章小结

主要概念与观念

思考与练习

案例分析与讨论

推荐阅读材料

主要参考文献

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>