

<<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：9787565404641

10位ISBN编号：7565404640

出版时间：2011-8

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：刘苍劲，罗国民 主编

页数：309

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

本书是“高等院校本科市场营销专业教材新系”中的一册，分为国际市场营销导论；国际市场营销环境分析；国际市场分析；国际市场营销调研；国际市场竞争战略；国际市场合作战略；国际市场进入策略；国际市场营销管理等内容。

## <<国际市场营销>>

### 书籍目录

#### 第1章 国际市场营销导论

##### 学习目标

##### 1.1 国际市场营销的概念

##### 1.2 国际市场营销的理论基础

##### 1.3 国际市场营销阶段和国际市场营销观念

##### 本章小结

##### 主要概念和观念

##### 基本训练

##### 主要参考书目

#### 第2章 国际市场营销环境分析

##### 学习目标

##### 2.1 国际市场营销经济环境分析

##### 2.2 国际市场营销政治环境分析

##### 2.3 国际市场营销法律环境分析

##### 2.4 国际市场营销文化环境分析

##### 本章小结

##### 主要概念和观念

##### 基本训练

##### 主要参考书目

#### 第3章 国际市场分析

##### 学习目标

##### 3.1 国际市场分析概述

##### 3.2 国际市场细分

##### 3.3 国际目标市场与产品定位

##### 本章小结

##### 主要概念和观念

##### 基本训练

##### 主要参考书目

#### 第4章 国际市场营销调研

##### 学习目标

##### 4.1 国际市场营销调研概述

##### 4.2 国际环境下的市场调研过程

##### 本章小结

##### 主要概念和观念

##### 基本训练

##### 主要参考书目

#### 第5章 国际市场竞争战略

##### 学习目标

##### 5.1 制定国际市场竞争战略的紧迫性

##### 5.2 国际市场竞争战略新动向

##### 本章小结

##### 主要概念和观念

##### 基本训练

##### 主要参考书目

#### 第6章 国际市场竞争战略

## <<国际市场营销>>

学习目标

6.1 合作战略的概念

6.2 合谋战略

6.3 战略联盟

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

### 第7章 国际市场资源战略

学习目标

7.1 国际市场资源战略的概念

7.2 国际市场资源战略的决策因素

7.3 全球供应链与全球供应链管理

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

### 第8章 国际市场进入策略

学习目标

8.1 进入国际市场的决策程序

8.2 进入国际市场的模式

8.3 中国企业进入国际市场的相关决策

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

### 第9章 国际市场营销组合策略

学习目标

9.1 国际市场产品策略

9.2 国际市场定价策略

9.3 国际市场分销策略

9.4 国际市场促销策略

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

### 第10章 国际市场营销管理

学习目标

10.1 国际市场营销计划

10.2 国际市场营销组织

10.3 国际市场营销控制

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

### 综合案例

综合案例1 西班牙酿酒集团桃乐丝的中国战略

综合案例2 联邦快递和UPS在中国

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>