

<<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：9787801815545

10位ISBN编号：7801815548

出版时间：2006-8

出版时间：中国商务书出版

作者：刘新

页数：376

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>

<<国际市场营销学>>

内容概要

国际市场营销学，ISBN：9787801815545，作者：刘新、刘铁明、程艳菲

<<国际市场营销学>>

书籍目录

第一章 导论第一节 开展国际市场营销的动因第二节 市场营销与国际市场营销第三节 国际贸易与国际市场营销第四节 我国企业开展国际市场营销的意义思考题第二章 国际文化环境第一节 文化概论第二节 文化要素与国际营销第三节 文化差异的分析方法第四节 文化适应与文化变革思考题第三章 国际经济环境第一节 全球经济的总体特征第二节 国别经济环境思考题第四章 国际政治法律环境第一节 国际营销的政治环境第二节 国际法律环境思考题第五章 国际技术与自然环境第一节 国际技术环境第二节 因特网与国际营销环境第三节 国际自然环境和基础设施环境第四节 可持续发展战略与绿色营销思考题第六章 国际市场营销调研第一节 国际市场营销调研的内容第二节 国际市场营销调研的程序第三节 国际市场营销调研的方法第四节 国际营销信息系统思考题第七章 国际市场细分与目标市场第一节 国际市场细分第二节 国际目标市场选择第三节 国际市场产品定位思考题第八章 国际市场的竞争战略第一节 进入国际市场的模式第二节 国际市场竞争要素分析第三节 基本竞争战略模式第四节 不同市场地位企业的竞争战略思考题第九章 国际市场产品计划策略第一节 产品概念与国际市场产品计划第二节 产品的标准化与差异化策略第三节 产品系列选择与应考虑的因素第四节 产品的商标品牌、包装及保证策略第五节 国际市场新产品开发第六节 国际市场产品生命周期思考题第十章 国际市场定价策略第一节 国际市场定价的影响因素第二节 国际市场定价的方法第三节 国际市场定价的策略第四节 国际市场定价的调整第五节 国际营销价格发展趋势与企业对策思考题第十一章 国际市场分销策略第一节 国际分销系统第二节 国际分销渠道的选择第三节 国际分销渠道管理第四节 国际物质分销思考题第十二章 国际市场促销第一节 国际广告策略第二节 国际市场人员推销策略第三节 国际营业推广第四节 国际营销公共关系思考题第十三章 国际服务市场营销第一节 服务营销与国际服务营销第二节 国际服务营销的环境第三节 国际服务营销的战略第四节 国际服务营销组合策略思考题参考书目

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>