

<<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：9787810786270

10位ISBN编号：781078627X

出版时间：2006-4

出版时间：外经贸大学

作者：庞鸿藻 编

页数：281

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>

## &lt;&lt;国际市场营销&gt;&gt;

## 内容概要

《国际市场营销》以世界市场为导向，在广泛吸收、借鉴国内外最新国际营销研究成果的基础上，针对高等职业院校的教学特点，对国际市场营销的理论和实践进行了系统和深入的阐述。

主要特点如下：定位准确，实用性强；本教材内容坚持“必需、够用”的原则，以高职、高专学生为对象，紧贴教学实际需要来安排知识内容和结构，力求做到简明扼要，实用性强。

突出实训，职教性强；《国际市场营销》每章后都安排了一个小案例，每篇后都精心设计了模拟演练、案例分析、技能训练等实训内容，以锻炼学生运用所学知识分析解决问题以及动手操作的能力。

结构严谨，思路清晰；《国际市场营销》围绕“企业开展国际市场营销”这一主题，按照企业进入国际市场的过程依次展开讲解，便于读者循序渐进、系统地掌握国际营销的理论、方法和策略。

重点突出，内容新颖；国际营销环境的复杂性，多变性决定了国际市场营销与国内营销存在着较大差异。

《国际市场营销》除了注重营销原理的阐述外，还对国际市场营销环境、国际营销战略、国际市场营销风险管理进行了全面的介绍，并将国内外一些专家、学者的最新研究成果有机地融入教材当中。

<<国际市场营销>>

书籍目录

第一篇 国际营销及国际营销环境第一章 国际市场营销概述学习目标重点难点第一节 国际市场与国际市场营销第二节 国际营销观念及其变革第三节 国际市场营销的产生和发展个案分析关键名词讨论与思考第二章 国际市场营销环境学习目标重点难点第一节 国际市场营销的人口、经济与自然环境第二节 国际市场营销的政治法律环境第三节 国际市场营销的文化环境个案分析关键名词讨论与思考第三章 技能训练学习目标重点难点第二篇 国际市场营销战略第四章 国际市场营销战略学习目标重点难点第一节 营销战略概述第二节 国际市场进入战略第三节 国际市场发展战略第四节 国际市场竞争战略个案分析关键名词讨论与思考第五章 国际市场营销调研学习目标重点难点第一节 国际市场营销调研及其意义第二节 国际营销调研的程序第三节 国际营销调研的基本方法个案分析关键名词讨论与思考第六章 国际市场营销策略第七章 技能训练第三篇 国际营销策略第八章 国际营销产品策略第九章 国际营销定价策略第十章 国际分销渠道策略第十一章 国际营销促销策略第十二章 技能训练第四篇 国际营销管理第十三章 国际市场营销的计划、组织与控制第十四章 国际营销风险管理第十五章 技能训练参考文献

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>