

<<国际营销学>>

图书基本信息

书名：<<国际营销学>>

13位ISBN编号：9787810789899

10位ISBN编号：7810789899

出版时间：2007-1

出版时间：对外经济贸易大学

作者：徐子健，朱明侠主

页数：270

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>

<<国际营销学>>

内容概要

随着我国企业界与世界各国企业界的交往日益扩大，国际营销活动作为国内市场营销的拓展，也引起了我国企业界人士的关注，如何在激烈竞争的国际市场环境中站稳脚跟求取商机，已成为企业决策层的大事。

《国际营销学（第2版）》根据企业界目前跻身于国际市场时所遇到的实际，从国际市场机遇与开拓、环境与法律、计划与控制、销售与价格、市场调研与产品开发策略等方面，论述了国际市场营销管理的原理与方法。

作者简介

徐子健，现任对外经济贸易大学副校长，管理学教授，博士生导师，兼任学校跨国公司研究中心主任。

曾先后在美国克利夫兰州立大学，美国雷鸟国际管理学院、美国南卡罗莱纳大学，香港中文大学等学习和研究跨国经营及企业管理。

主要研究领域为跨区经营理论与实务及一般管理理论；是国家“百千万人才工程”人选、北京市跨世纪理论人才“百人工程”人选，曾享受国务院“政府特殊津贴”；兼任中国高等商科教育学会副会长，中国国际贸易学会常务理事、中国国际经济贸易仲裁委员会委员。

<<国际营销学>>

书籍目录

第一章 绪论第一节 营销与国际营销第二节 企业营销观念及其沿革第三节 企业国际化经营复习思考题
第二章 国际营销的经济与技术环境第一节 经济环境第二节 技术环境第三节 国际竞争力复习思考题
第三章 国际营销的政治与法律环境第一节 东道国政治环境第二节 法律环境复习思考题第四章 国际营销的文化环境第一节 文化的概念、特征及差异第二节 语言第三节 宗教信仰第四节 观念与态度第五节 教育及社会结构复习思考题第五章 国际市场营销计划与战略第一节 制定国际市场营销计划第二节 发掘市场营销机会第三节 选择目标市场第四节 制定企业的市场营销组合第五节 实施市场营销战略计划复习思考题第六章 国际营销调研第一节 营销信息系统第二节 国际营销调研第三节 国际营销调研的程序和方法第四节 国际市场预测的方法和步骤复习思考题第七章 国际营销产品策略第一节 国际产品策略第二节 产品组合策略第三节 品牌策略第四节 包装策略和标签第五节 新产品开发策略第六节 产品生命周期策略复习思考题第八章 国际营销定价策略第一节 与定价有关的因素第二节 定价策略第三节 定价方法第四节 定价程序复习思考题第九章 国际分销渠道策略第一节 国际市场分销渠道的分类及功能第二节 国际分销渠道策略第三节 企业进入国际市场的方式第四节 国际分销渠道管理复习思考题第十章 国际市场促销策略第一节 国际广告策略第二节 国际市场人员推销第三节 国际公共关系第四节 国际营业推广策略复习思考题第十一章 国际市场营销组织与控制第一节 国际市场营销组织第二节 国际市场营销控制复习思考题参考书目

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>