第一图书网, tushu007.com

<<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：9787810797153

10位ISBN编号：7810797158

出版时间：2006-9

出版时间：暨南大学出版社

作者：刘生峰

页数：219

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

内容概要

《21世纪国际商务教材教辅系列：国际市场营销》的编写具有以下特点：（1）新颖性。
《21世纪国际商务教材教辅系列：国际市场营销》吸收了近年来国际市场营销领域的研究成果，采用了许多新的案例。
（2）简明性。
《21世纪国际商务教材教辅系列：国际市场营销》对市场营销理论进行了梳理，对案例进行了加工，力求使理论和案例简明化。
（3）实践性。
《21世纪国际商务教材教辅系列：国际市场营销》采用的许多案例都是近年来发生的、许多人都熟悉的、生动活泼的公司实践。
（4）针对性。
《21世纪国际商务教材教辅系列：国际市场营销》以全国各类涉及“国际市场营销”的证书考试大纲为基础，突出重点，破解难点，使学生完《21世纪国际商务教材教辅系列：国际市场营销》后能顺利通过各类考试中“国际市场营销”内容的考核。
（5）配套性。
为了提高学习效果，《21世纪国际商务教材教辅系列：国际市场营销》配有《国际市场营销练习题及分析解答》。
《21世纪国际商务教材教辅系列：国际市场营销》不仅可以作为中专、高职高专国际商务专业、国际市场营销专业和其他相关财经类专业学生学习“国际市场营销”的教材，而且还可作为涉外各类考证和各类干部培训国际商务基础知识的参考书，也可作为有志于从事国际商务工作的人员自学之用。
使用时，如同时结合《21世纪国际商务教材教辅系列：国际市场营销》的配套练习册《国际市场营销练习题及分析解答》，效果更佳。

<<国际市场营销>>

书籍目录

编写说明第一章 国际市场营销概述第一节 市场与市场营销第二节 国际市场与国际市场营销第三节 企业市场营销观念的演变第四节 市场营销管理第五节 企业介入国际市场营销的程度第二章 国际市场营销环境第一节 企业与市场营销环境的关系第二节 国际市场营销的宏观环境第三节 国际市场营销的微观环境第四节 市场营销环境的分析方法及市场机会分析第三章 国际市场营销调研第一节 国际市场营销调研的意义与内容第二节 国际市场营销调研的方法第三节 国际市场营销调研的程序第四章 购买者行为分析第一节 消费者购买行为第二节 组织购买行为第五章 国际市场细分、目标营销、市场定位及国际市场进入方式第一节 国际市场细分第二节 目标营销第三节 市场定位第四节 国际市场进入方式第六章 国际市场营销竞争战略第一节行业的一般竞争战略第二节 市场领导者战略第三节 市场挑战者战略第四节 市场追随者战略第五节 市场补缺者战略第七章 国际产品策略第一节 整体产品的概念第二节 国际产品设计策略第三节 国际营销的品牌策略第四节 国际营销的包装策略第五节 国际新产品研发策略第六节 国际产品生命周期第七节 水货问题第八章 国际定价策略第一节 影响国际定价的主要因素第二节 国际营销定价方法第三节 国际企业定价策略第四节 价格变动及其应对第九章 国际分销渠道策略第一节 国际分销渠道的建立第二节 国际分销渠道的选择第三节 国际分销渠道管理第四节 国际物质分销第十章 国际市场促销策略第一节 国际促销及促销组合第二节 国际市场人员推销策略第三节 国际市场广告策略第四节 国际市场营业推广策略第五节 国际市场公共关系策略参考文献

编辑推荐

《国际市场营销》以简明扼要的理论树立观念，以简单明了的案例说明问题，理论联系实际，力求深入浅出，提高学生分析问题和解决问题的能力。
《21世纪国际商务教材教辅系列：国际市场营销》对市场营销理论进行了梳理，也吸收了近年来国际市场营销领域的研究成果，采用了许多新的案例，力求使理论和案例简明化，《21世纪国际商务教材教辅系列：国际市场营销》不仅可以作为中专、高职高专国际商务专业、国际市场营销专业和其他相关财经类专业学生学习“国际市场营销”的教材，而且还可作为涉外各类考证和各类干部培训国际商务基础知识的参考书。

第一图书网, tushu007.com

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