第一图书网, tushu007.com

<<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：9787810828925

10位ISBN编号：7810828924

出版时间：2007-1

出版时间：北方交大

作者：张静中

页数：356

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

本书是从当代经济全球化的发展趋势不断得到加强为事实依据作为研究内響的切入点，深入地介绍了国际政治与法律环境、国际文化环境、国际经济环境、国际金融环境、国际科学技术环境、国际自然环境，为国际企业开展国际营销活动提供了如何适应环境、开拓市场的技巧，为其提供了市场细分与市场定位的理论和方法，提供了如何选择和进入国，际市场、实施竞争战略的可行方法，为其更好地开展营销活动提供了营销组织和控制的良方，提供了避免和化解文化冲突的方法和技巧。
除此之外，不仅为企业提供了开发适销对路的产品的方法，而且还提出了企业如何用新产品来改变国际消费者的生活方式的途径。
　　本书较好地避免了与市场营销学的内容重复问题，在各章中都不同程度地吸收了同行研究者的最新研究成果。
每章附有思考题、案例及其讨论题，每章内容中插有“小模块”，以方便读者对内容的理解。
本书可作为高等院校的教材，也可作为各种培训班教材，也是各种层次、各种经营管理人员的必备读物。

<<国际市场营销学>>

书籍目录

第1章　国际市场营销学导论　1.1　国际市场营销学的基本概念　1.2　企业开展国际市场营销的动因　1.3　国际市场营销的演进　1.4　国际市场营销学的研究对象、内容和方法　思考题　案例1-1　没有“中国制造”的一年第2章　国际政治法律环境　2.1　国际政治环境　2.2　国际法律环境　2.3　国际政治风险的评估与防范　2.4　国际商务争端的解决途径　思考题　案例2-1　海尔成功进入美国市场第3章　国际社会文化环境　3.1　国际社会文化环境概述　3.2　国际社会文化环境的构成及影响　3.3　国际社会文化环境的适应　3.4　商业习惯与文化　思考题　案例3-1　摩托罗拉的全球文化战略第4章　国际经济环境　4.1　本国经济环境　4.2　区域经济环境　4.3　全球经济环境　4.4　全球人口环境　思考题　案例4-1　TCL进入越南市场　案例4-2　日本黑白电视机进入中国市场第5章　国际金融环境　5.1　国际金融环境概述　5.2　国际货币市场　5.3　国际资本市场　5.4　国际外汇市场　思考题　案例5-1　如何应对全球金融危机第6章　国际科学技术环境第7章　国际自然环境第8章　国际市场选择第9章　国际营销调研与信息系统第10章　国际市场营销规划与组织第11章　国际市场产品策略第12章　国际市场定价策略第13章　国际市场分销渠道策略第14章　国家市场促销策略第15章　国际市场竞争战略参考文献

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