第一图书网, tushu007.com

<<国际市场营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<国际市场营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787811225921

10位ISBN编号：7811225921

出版时间：1970-1

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：李健 著

页数：285

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

《国际市场营销：理论与实务（第2版）》是为了适应客观形势的变化以及社会对培养高素质经济管理人才的需要，对前一版进行了修订。
全书保留了第一版的风格、特点和结构框架。
其修订的重点主要集中在内容方面，除了对一些较为陈旧和过时的内容进行了更新之外，还增加和补充了许多新的内容，以反映近年来国际市场营销领域中新的进展和新的成果。
为了满足案例教学的需要，方便教师的课堂教学和广大读者自学，第二版对部分章节的案例进行了更新，一些章节也根据情况进行了必要的改写与调整。
对内容的科学性、逻辑性和严谨性的重视仍是《国际市场营销：理论与实务（第2版）》的最大特点。

书籍目录

第一章 市场营销概述学习目标第一节 市场营销的概念、营销学的研究对象及内容第二节 企业经营观念的演变第三节 国内营销与国际营销第四节 国际营销过程第五节 中国企业国际营销的时代特征本章小结主要概念与观念思考与练习案例分析与讨论推荐阅读材料第二章 国际营销信息管理学习目标第一节 国际营销调研第二节 国际营销信息系统第三节 国际营销需求预测本章小结主要概念与观念思考与练习案例分析与讨论推荐阅读材料第三章 国际营销宏观环境分析学习目标第一节 世界经济环境第二节 东道国经济环境第三节 政治环境第四节 法律环境第五节 文化环境本章小结主要概念与观念思考与练习案例分析与讨论一推荐阅读材料第四章 国际营销微观环境分析学习目标第一节 消费者购买行为分析第二节 外部竞争环境分析第三节 企业内部环境分析本章小结主要概念与观念思考与练习案例分析与讨论推荐阅读材料第五章 国际市场细分与目标市场营销战略学习目标第一节 国际市场细分第二节 目标市场营销第三节 国际市场定位本章小结主要概念与观念思考与练习案例分析与讨论推荐阅读材料第六章 国际营销战略管理学习目标第一节 基于不同市场地位的营销战略第二节 国际营销战略管理第三节 国际战略联盟本章小结主要概念与观念思考与练习案例分析与讨论推荐阅读材料第七章 国际市场进入战略学习目标第一节 国际市场进入方式第二节 国际市场进入方式的选择第三节 中国企业国际化的战略选择本章小结主要概念与观念思考与练习案例分析与讨论推荐阅读材料第八章 国际营销组合策略学习目标第一节 国际营销组合因素第二节 产品（品牌）策略第三节 价格策略第四节 渠道策略第五节 促销策略本章小结主要概念与观念思考与练习案例分析与讨论推荐阅读材料第九章 国际营销新思维学习目标第一节 整合营销传播理论第二节 文化营销第三节 网络营销本章小结主要概念与观念思考与练习案例分析与讨论推荐阅读材料第十章 国际市场营销计划、组织和控制学习目标第一节 国际市场营销计划第二节 国际市场营销组织第三节 国际市场营销控制本章小结主要概念与观念思考与练习案例分析与讨论推荐阅读材料主要参考文献

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