

<<国际市场营销实务>>

图书基本信息

书名：<<国际市场营销实务>>

13位ISBN编号：9787040283051

10位ISBN编号：7040283050

出版时间：2010-2

出版时间：高等教育出版社

作者：李海琼

页数：292

字数：450000

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>

<<国际市场营销实务>>

内容概要

本书以国际市场营销职业能力培养为重点选取教材内容，针对性和适用性强，注重企业进行国际市场营销活动的实用性和可操作性。

全书以企业国际市场营销业务操作流程为主线，精心提炼、整合教学内容，使之成为连贯的、真实的、合乎逻辑的五大模块、10个学习情境，构建了“国际市场营销印象—国际市场机会分析—国际市场营销战略规划—国际市场营销策略制定—国际市场营销管理”的国际市场营销课程内容体系。

本书既可作为高职高专国际经济与贸易、国际商务、市场营销及其他经贸类专业的教材，也可作为国际商务从业人员、国际商务师等职业资格考试的培训用书、工具书和参考书。

<<国际市场营销实务>>

书籍目录

模块一 国际市场营销印象 学习情境1 国际市场营销概述 1.1 国际市场营销的内涵 1.2 国际市场营销的发展 1.3 国际营销观念的演变

模块二 国际市场机会分析 学习情境2 国际市场营销调研 2.1 国际营销信息系统 2.2 国际市场营销调研 学习情境3 国际市场营销环境分析 3.1 国际市场营销环境 3.2 国际营销人口与自然环境 3.3 国际营销政治与法律环境 3.4 国际营销经济环境 3.5 国际营销社会文化环境

模块三 国际市场营销战略规划 学习情境4 国际目标市场选择与进入 4.1 国际市场细分 4.2 国际目标市场选择 4.3 国际市场定位 学习情境5 国际目标市场营销战略 5.1 国际市场营销战略 5.2 国际目标市场进入战略 5.3 国际目标市场发展战略 5.4 国际目标市场竞争战略

模块四 国际市场营销策略制定 学习情境6 国际营销产品策略 6.1 国际市场产品 6.2 国际市场产品设计决策 6.3 国际市场产品组合策略 6.4 产品生命周期与国际产品生命周期 6.5 国际新产品开发 6.6 国际产品品牌策略 学习情境7 国际营销价格策略 7.1 影响国际市场定价的因素 7.2 国际市场定价方法 7.3 国际市场定价策略 7.4 国际市场定价程序 7.5 国际转移价格 学习情境8 国际营销分销策略 8.1 国际分销渠道系统 8.2 国际中间商类型 8.3 国际分销渠道决策 8.4 国际分销渠道管理 学习情境9 国际市场促销策略 9.1 国际市场促销 9.2 国际市场人员推销策略 9.3 国际广告促销策略 9.4 国际营业推广策略 9.5 国际公共关系策略

模块五 国际市场营销管理 学习情境10 国际市场营销计划、组织与控制 10.1 国际市场营销计划 10.2 国际市场营销组织 10.3 国际市场营销控制参考文献

<<国际市场营销实务>>

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>