

<<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：9787512109407

10位ISBN编号：7512109407

出版时间：2012-4

出版时间：北京交通大学出版社

作者：王艳 编

页数：347

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>>

### 内容概要

本书以培养具有创新意识和专业特质的国际市场营销人才为目的，内容上以达到“新”、“实”和“全”为目标，注意知识点的稳定性与前瞻性相结合、知识传授与思维培养相结合，以培养学生的专业技能和专业能力。

本书包括7篇，导论、国际营销环境、评估国际市场机会、国际市场营销战略、国际市场营销策略、国际市场营销管理、国际市场营销方式的趋势。

本书既可作为大专院校的教材，也可作为各种类型专业培训的教材，同时也是各种层次、各种类型经营管理人员的必备读物。

## <<国际市场营销>>

### 书籍目录

- 第1篇 导论
- 第1章 国际市场营销学概论
  - 1.1 国际市场营销的简介
  - 1.2 国际市场营销的演变
  - 1.3 国际市场营销的分类
- 第2章 国际市场营销与国际贸易
  - 2.1 经济全球化下国际市场营销的变革
  - 2.2 国际市场营销与国际贸易的比较
  - 2.3 企业国际化经营的动因
  - 2.4 企业国际市场营销活动面临的挑战及对策
- 第2篇 国际营销环境
- 第3章 国际营销经济与人口环境
  - 3.1 国际营销经济环境概述
  - 3.2 国际营销经济环境分析
  - 3.3 人口环境
- 第4章 国际营销政治、法律环境
  - 4.1 国际营销的政治环境
  - 4.2 国际营销的法律环境
- 第5章 国际营销物质生态与社会文化环境
  - 5.1 国际营销物质生态环境
  - 5.2 国际营销的社会文化环境
- 第6章 国际营销的技术与金融环境
  - 6.1 国际营销的技术环境
  - 6.2 国际营销的金融环境
- 第7章 国际营销的其他环境
  - 7.1 微观营销环境概述
  - 7.2 微观营销环境因素的基本构成
- 第3篇 评估国际市场机会
- 第8章 全球营销信息系统与调研
  - 8.1 全球营销信息系统概述
  - 8.2 国际市场营销调研
  - 8.3 全球营销系统的总部控制
- 第9章 消费者需求和购买行为分析
  - 9.1 消费者市场需求
  - 9.2 消费者购买行为
  - 9.3 影响消费者行为差异性的因素
  - 9.4 国际组织市场购买行为
- 第10章 市场需求的预测
  - 10.1 市场预测总述
  - 10.2 预测的方法
- 第11章 国际市场的细分及目标市场的选择
  - 11.1 国际市场的细分
  - 11.2 国际目标市场选择
  - 11.3 国际市场的定位
- 第4篇 国际市场营销战略

## <<国际市场营销>>

### 第12章 国际市场进入战略

- 12.1 国际市场进入战略概述
- 12.2 国际市场进入的模式
- 12.3 影响进入方式选择的因素

### 第13章 国际市场竞争战略

- 13.1 国际市场竞争环境分析
- 13.2 基本竞争战略
- 13.3 国际营销竞争战略的选择
- 13.4 本土化战略

### 第14章 国际市场合作战略

- 14.1 国际市场合作战略概述
- 14.2 合谋战略
- 14.3 国际战略联盟

### 第5篇 国际市场营销策略

### 第15章 国际市场产品策略

- 15.1 国际市场产品策略概述
- 15.2 国际市场产品生命周期理论
- 15.3 国际市场产品品牌和包装策略
- 15.4 国际市场产品组合策略
- 15.5 国际新产品开发策略

### 第16章 国际市场价格策略

- 16.1 国际市场价格的影响因素
- 16.2 国际市场定价方法
- 16.3 国际市场定价策略
- 16.4 国际转移定价

### 第17章 国际市场分销策略

- 17.1 国际市场分销渠道概述
- 17.2 国际市场分销渠道类型
- 17.3 国际市场分销渠道成员
- 17.4 国际市场分销渠道决策
- 17.5 国际市场分销渠道管理

### 第18章 国际市场促销策略

- 18.1 国际市场促销概述
- 18.2 国际市场广告策略
- 18.3 国际公共关系策略
- 18.4 国际市场营业推广策略
- 18.5 国际市场人员推销策略

### 第19章 国际市场服务策略

- 19.1 服务营销概述
- 19.2 国际服务营销定位与优质服务战略
- 19.3 国际服务营销组合策略

### 第6篇 国际市场营销管理

### 第20章 国际市场营销的组织与执行

- 20.1 国际市场营销计划
- 20.2 国际市场营销组织
- 20.3 国际市场营销决策
- 20.4 制定全球营销战略

<<国际市场营销>>

20.5 国际市场营销控制

第21章 国际营销风险与管理

21.1 国际营销风险管理概述

21.2 国际营销政治风险与管理

21.3 国际营销外汇风险与管理

21.4 国际营销运输风险与管理

第7篇 国际市场营销方式的趋势

第22章 国际市场网络营销

22.1 网络营销概述

22.2 国际市场网络营销的策略

22.3 网络营销的应用

第23章 展览营销

23.1 展卖

23.2 展览营销概述

23.3 展前准备

23.4 展览现场应该注意的问题

23.5 如何争取展后的成交机会

参考文献

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>