

<<国际市场营销学教程>>

图书基本信息

书名：<<国际市场营销学教程>>

13位ISBN编号：9787561820322

10位ISBN编号：7561820321

出版时间：2004-1

出版时间：天津大学出版社

作者：吴晓云 编

页数：330

字数：457000

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>

<<国际市场营销学教程>>

内容概要

《市场营销系列教材：国际市场营销学教程》系统地阐述了现代国际市场营销的基本理论和具有代表性的成熟观点。

全书分上、中、下三篇，下篇：国际市场营销学概论；中篇：国际市场营销策略；下篇：国际营销的计划、组织与控制。

全书按照战略、策略和实施的步骤形成了一个较完整的理论联系。

书中所有案例都是从最新的国际商务资料中获取，并与所有章节的内容紧密联系，对读者加深理解并引发思考大有裨益。

本教程适用于高等院校市场营销专业国际市场营销学课程的学习，以及一般经济管理类专业的选修课参考，也可作为企业管理人员学习国际市场营销学知识的参考用书。

<<国际市场营销学教程>>

书籍目录

上篇 国际市场营销学概论

第1章 国际市场营销导论

- 1 国际营销的概念
- 2 国际营销的发展阶段
- 3 国际营销的重要意义
- 4 国际营销学与相关管理学科的关系
- 5 跨国企业进入国际市场的方式

本章关键词

本章复习题

第2章 国际市场营销环境

- 1 国际营销的经济环境
- 2 国际营销的金融环境
- 3 国际营销的地理环境
- 4 国际营销的文化环境
- 5 国际营销的政治环境
- 6 国际营销的法律环境
- 7 全球化营销环境综述

本章关键词

本章复习题

第3章 国际区域市场及特征

- 1 西欧市场
- 2 东欧和中欧市场
- 3 北美市场
- 4 拉丁美洲市场
- 5 亚太地区市场
- 6 中东市场
- 7 非洲市场

本章关键词

本章复习题

第4章 国际营销调研和信息系统

- 1 国际营销调研概述
- 2 国际营销调研的主要方法
- 3 国际市场营销信息系统

本章关键词

本章复习题

第5章 国际市场细分、目标化与定位

- 1 国际市场细分的概念
- 2 国际市场细分的标准
- 3 全球市场细分模式与国家市场细分模式
- 4 全球目标市场的选择
- 5 全球市场竞争定位战略

本章关键词

本章复习题

第6章 国际市场营销战略

- 1 跨国企业的市场战略

<<国际市场营销学教程>>

2 跨国企业的市场战略

3 跨国企业的标准化与差异化战略

本章关键词

本章复习题

中篇 国际市场营销策略

第7章 国际营销产品策略

第8章 国际营销渠道策略

第9章 国际营销定价策略

第10章 国际营销促销策略

下篇 国际营销的计划、组织与控制

第11章 国际营销的人员和计划

第12章 国际营销的组织和控制

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>