

<<国际营销学>>

图书基本信息

书名：<<国际营销学>>

13位ISBN编号：9787565403590

10位ISBN编号：7565403598

出版时间：2011-7

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：李怀斌，周学仁，张北光 编著

页数：216

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>

<<国际营销学>>

内容概要

本书是一本供高等院校相关专业的学生学习和企业经营管理人员自修提高的国际营销简明教材。

本书由东北财经大学教授、博士生导师李怀斌，博士周学仁和大连乐天叁陆伍购物有限公司总经理张北光共同编著，加拿大卡尔加里大学的博士研究生李响参编了本书的第9章(国际营销传播策略)。

全书共分10章，内容主要有国际营销概述、国际营销环境、国际营销调研与预测、国际营销战略策划、国际市场选择与进入、国际产品策略、国际定价策略、国际分销策略、国际营销传播策略、国际营销组织与控制等。

为了便于读者学习，本书增设了各章前的学习目标，各章后的小结、案例分析、复习思考题。

在编写过程中参阅了大量文献资料，在参考文献中已做以标明。

与国内外同类教材相比，本书具有专业和简约的特色。

目前，国内外正式出版的国际营销教科书版本日益多样化。

其中，国外的内容多样、素材丰富、可读性好，但表述和结构比较松散；国内的层次和系统性好些，相对来说内容有些单调。

无论国外的还是本土的教材，篇幅大多比较长。

基于这种现状，本书一方面在国内外同类教材中选取主流的和权威的中外营销版本作为参考，广泛吸收其好的方面，另一方面按国际营销的逻辑和流程，对体系和内容进行了简约化设计和编辑，以明晰和凸显国际营销的基本原理和具体方法。

<<国际营销学>>

书籍目录

第1章 国际营销概述

学习目标

1.1 国际营销

1.2 国际营销的动因与障碍

1.3 国际营销的任务

本章小结

案例分析：飞达仕公司的国际业务

复习思考题

第2章 国际营销环境

学习目标

2.1 国际政治与法律环境

2.2 国际经济与技术环境

2.3 国际文化与自然环境

本章小结

案例分析：中韩贸易战——大蒜与手机之争

复习思考题

第3章 国际营销调研与预测

学习目标

3.1 国际营销调研概述

3.2 国际营销调研方法

3.3 国际市场需求预测

本章小结

案例分析：福达公司的三份调研报告

复习思考题

第4章 国际营销战略策划

学习目标

4.1 国际营销战略策划概述

4.2 战略业务单位策划

.....

第5章 国际市场选择与进入

第6章 国际产品策略

第7章 国际定价策略

第8章 国际分销策略

第9章 国际营销传播策略

第10章 国际营销组织与控制

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>