

<<国际市场营销教程>>

图书基本信息

书名：<<国际市场营销教程>>

13位ISBN编号：9787801810854

10位ISBN编号：7801810856

出版时间：2003-2-1

出版时间：中国对外经济贸易出版社

作者：杨晓燕

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>

<<国际市场营销教程>>

内容概要

目前，已有一些国际市场营销方面的教程。

尽管如此，我们在教学过程中，仍然感到需要一本具有引领性，而不仅仅是文献的堆积式的教材。

同时，希望能够在教材中加入一些国际市场营销方面的成熟案例。

这样教材可以引起学生们进一步搜集资料，积极参与讨论和思考。

这是出版这一本教材的动因，也是力求达到的目标。

事实上，目前的多数教材结构雷同，内容无差异的情况比较多见。

本书适合于大专以上层次的学生读者以及各类研究及营销管理人员。

<<国际市场营销教程>>

书籍目录

第一章 国际市场营销导论 第一节 国际营销概述 第二节 国际营销学的研究对象、任务与范围 第三节 企业走向国际市场的动因 第四节 企业国际营销的产生与发展 第五节 国际营销面临的挑战及企业的对策第二章 国际市场营销环境分析(上) 第一节 国际市场经济环境 第二节 国际市场文化环境第三章 国际市场营销环境分析(下) 第一节 国际市场政治环境 第二节 国际市场法律环境 第三节 国际市场科技环境第四章 国际消费者行为 第一节 国际消费者行为研究的意义和作用 第二节 国际消费者行为的特征与变化趋势 第三节 消费者行为研究方法第五章 国际市场营销调研 第一节 国际市场营销调研的必要性 第二节 国际市场营销调研的范围 第三节 国际市场营销信息系统 第四节 国际市场营销调研方法第六章 国际市场竞争战略 第一节 竞争战略概述 第二节 国际市场竞争战略的特点 第三节 竞争战略理论 第四节 国际市场竞争战略的一般模式 第五节 国际市场进入战略第七章 国际市场营销品牌实务 第一节 品牌与国际市场营销 第二节 品牌管理 第三节 国际品牌营销理念 第四节 国际品牌传播策略和方法 第五节 国际品牌管理第八章 国际市场分销策略 第一节 战略视角下的国际分销管理 第二节 国际分销系统构成 第三节 国际分销渠道管理过程 第四节 国际分销渠道管理过程第九章 国际市场营销沟通实务 第一节 国际市场促销 第二节 国际广告 第三节 国际广告环境 第四节 全球化与本土化第十章 国际市场价格策略 第一节 国际市场商品价格类型 第二节 国际市场价格策略的影响因素 第三节 国际市场定价目标与程序 第四节 国际市场的价格管理与控制 第五节 跨国公司的定价策略 第六节 跨国公司的转移价格第十一章 跨国公司市场营销 第一节 跨国公司市场营销趋势 第二节 国际企业战略联盟 第三节 国际企业战略联盟管理参考书目后记

<<国际市场营销教程>>

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>