

<<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：9787802347717

10位ISBN编号：7802347718

出版时间：2012-5

出版时间：中国发展出版社

作者：吴侨玲，张新生 著

页数：324

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>

内容概要

在当今的经济全球化时代，任何国家的经济发展都与外部世界息息相关。一方面，一国的经济发展很大程度上受着世界其他国家和地区经济发展的影响，而本国的经济发展，也或大或小地影响着世界经济的发展，一损俱损，一荣俱荣；另一方面，一国经济发展是否顺利，又取决于其是否能够积极、合理地利用外部条件（诸如全世界的资源、市场、资金、技术等等）服务于自身经济发展，同时尽量避免外部因素对自己的不利影响。在与外部世界的这种合作与竞争中，趋利避害做得好，可以集全球之力造福于本国经济与人民，否则就可能坐失良机，或者南辕北辙。这实际上就是对外开放利益之所在。开放宏观经济学的福利效应分析已经从理论上证明了这种开放利益的存在，而中国改革开放30年的经验，以及中国在亚洲金融危机和此次全球金融与经济危机中的表现，更从实践上证明了对外开放、趋利避害的要义。

作者简介

王跃生，1960年出生于北京。

1979年考入北京大学经济系，1985年研究生毕业后留校任教至今。

现任北京大学经济学院教授、博士生导师，国际经济与贸易系主任，北京大学国际经济研究所所长。曾在俄罗斯莫斯科大学、香港中文大学、德国柏林自由大学、瑞典斯德哥尔摩大学等校作访问学者。

近年来主要教学研究领域为当代世界经济、国际企业制度与跨国公司以及转轨经济学，讲授“当代世界经济”、“国际企业制度”、“跨国公司金融”等课程。

近著主要有《跨国公司金融：原理与案例》（2009）、《国际企业制度创新》（2007）、《市场经济发展：国际视角与中国经验》（2006）、《制度、文化与经济发展》（2005）、《大波动--世界经济全球化的冲击》（2000，主编）、《天下没有免费午餐—改革成本问题研究与国际比较》（1999）等。

著有《经济学与社会关怀》（2007）、《经济学：愉快的通行证》（2002）、《没有规矩不成方圆》（2000）、《立足于现实的思考》（2000）等经济学文集与随笔集，在《经济研究》、《世界经济》、《经济科学》、《北京大学学报》、《读书》等刊物发表论文、评论百余篇。

<<国际市场营销>>

书籍目录

第一篇 国际市场营销总论第1章 国际市场营销概述1.1 国际市场营销的产生1.1.1 市场营销的概念1.1.2 国际市场营销的产生1.2 国际市场营销的性质1.2.1 基本概念1.2.2 国际市场营销的特殊性1.2.3 国际营销与国内营销的区别1.2.4 国际化与全球市场1.2.5 国际营销管理1.2.6 相似与差异1.3 企业从事国际营销的原因1.4 企业开展国际营销的好处第2章 国际市场营销场所2.1 国际市场的形成2.2 国际市场的特点2.2.1 世界市场占有率不平衡2.2.2 发达国家是当前世界贸易的主体2.2.3 世界市场上商品结构的重大变化2.2.4 国际贸易方式多样化2.2.5 国际市场日益向法制化、条约化、规范化方向发展2.2.6 经营趋向垄断化、集中化2.3 国际市场的发展趋势2.3.1 世界产业结构的变化趋势2.3.2 国际市场的发展趋势第3章 国际市场营销环境3.1 国际市场营销环境概述3.1.1 国际市场营销环境概念3.1.2 国际市场营销环境的构成3.1.3 国际市场营销环境的特点3.1.4 企业国际市场营销环境意识3.2 国际市场营销的经济环境3.2.1 市场规模3.2.2 经济特性3.3 国际市场营销的社会文化环境3.3.1 文化的性质3.3.2 文化适应3.3.3 文化对国际营销的影响3.3.4 世界各国的文化习俗3.4 国际市场营销的政治环境3.4.1 政府和政党体制3.4.2 政府政策的长期性3.4.3 民族主义3.4.4 国家之间的关系3.4.5 政治风险3.5 国际市场营销的法律环境3.5.1 法律环境的构成因素.....第二篇 国际市场营销调研第三篇 国际市场营销方式

章节摘录

2.2.3世界市场上商品结构的重大变化 世界贸易中初级产品地位下降，制成品地位急剧上升

其原因之一是国际分工加深，使得中间产品增多，促使制成品国际贸易发展迅速；其二是初级产品价格长期偏低，影响国际贸易的发展；其三是随着科技发展，单位制成品所用的初级产品减少，回收率不断提高，从而使初级产品在国际贸易中所占比重不断下降。

随着科技发展，新的产品大量出现，产品更新换代速度加快，制成品大约每10年更新80%。

在制成品的贸易中，机电产品、运输设备所占比重急剧上升。

在初级产品贸易中，石油所占比重急剧上升，占整个初级产品的55/0。

60%。

此外，发达国家几乎在世界所有大类产品贸易中都占据主要地位，就制成品而言，发达国家约占80%，其他初级产品（石油和热带产品除外），发达国家约占60%。

发达国家与发展中国家出口的主要商品也有很大差异，发达国家出口商品多样化，而发展中国家出口商品比较单一。

2.2.4国际贸易方式多样化 随着国际市场的扩大，国际贸易方式也在不断地变化，并呈现多样化的趋势。

目前，除常见的进出口业务外，还有包销、代理、展卖、寄售、拍卖、招标和投标、期货交易、补偿贸易、租赁贸易等多种方式，

2.2.5国际市场日益向法制化、条约化、规范化方向发展 当今世界，由于国际贸易规模越来越大、内容越来越复杂、发展越来越快，以及国际市场变大、竞争日趋激烈、垄断性增强，加之贸易保护主义盛行，因此，国际贸易法规、国际条约和国际惯例就越来越成为维护国际贸易各方当事人正当权益的重要工具。

在国际贸易中，交易的磋商、支付、运输、保险等条件的选择，合同的签订与履行，索赔与理赔，都要参照有关条约的规定及相关国家的国内法与国际惯例办理。

从事国际市场营销的企业应熟知这方面的法规，以便维护自己的正当权益。

.....

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>