

<<国际营销学>>

图书基本信息

书名：<<国际营销学>>

13位ISBN编号：9787810789899

10位ISBN编号：7810789899

出版时间：2007-1

出版时间：对外经济贸易大学

作者：徐子健，朱明侠主

页数：270

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

随着我国企业界与世界各国企业界的交往日益扩大，国际营销活动作为国内市场营销的拓展，也引起了我国企业界人士的关注，如何在激烈竞争的国际市场环境中站稳脚跟求取商机，已成为企业决策层的大事。

《国际营销学（第2版）》根据企业界目前跻身于国际市场时所遇到的实际，从国际市场机遇与开拓、环境与法律、计划与控制、销售与价格、市场调研与产品开发策略等方面，论述了国际市场营销管理的原理与方法。

## 作者简介

徐子健，现任对外经济贸易大学副校长，管理学教授，博士生导师，兼任学校跨国公司研究中心主任。

曾先后在美国克利夫兰州立大学，美国雷鸟国际管理学院、美国南卡罗莱纳大学，香港中文大学等学习和研究跨国经营及企业管理。

主要研究领域为跨区经营理论与实务及一般管理理论；是国家“百千万人才工程”人选、北京市跨世纪理论人才“百人工程”人选，曾享受国务院“政府特殊津贴”；兼任中国高等商科教育学会副会长，中国国际贸易学会常务理事、中国国际经济贸易仲裁委员会委员。

## &lt;&lt;国际营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 绪论第一节 营销与国际营销第二节 企业营销观念及其沿革第三节 企业国际化经营复习思考题  
第二章 国际营销的经济与技术环境第一节 经济环境第二节 技术环境第三节 国际竞争力复习思考题  
第三章 国际营销的政治与法律环境第一节 东道国政治环境第二节 法律环境复习思考题第四章 国际营  
销的文化环境第一节 文化的概念、特征及差异第二节 语言第三节 宗教信仰第四节 观念与态度第五节 教  
育及社会结构复习思考题第五章 国际市场营销计划与战略第一节 制定国际市场营销计划第二节 发掘  
市场营销机会第三节 选择目标市场第四节 制定企业的市场营销组合第五节 实施市场营销战略计划复  
习思考题第六章 国际营销调研第一节 营销信息系统第二节 国际营销调研第三节 国际营销调研的程  
序和方法第四节 国际市场预测的方法和步骤复习思考题第七章 国际营销产品策略第一节 国际产品策略  
第二节 产品组合策略第三节 品牌策略第四节 包装策略和标签第五节 新产品开发策略第六节 产品生命  
周期策略复习思考题第八章 国际营销定价策略第一节 与定价有关的因素第二节 定价策略第三节 定  
价方法第四节 定价程序复习思考题第九章 国际分销渠道策略第一节 国际市场分销渠道的分类及功  
能第二节 国际分销渠道策略第三节 企业进入国际市场的方式第四节 国际分销渠道管理复习思考题第十  
章 国际市场促销策略第一节 国际广告策略第二节 国际市场人员推销第三节 国际公共关系第四节 国际  
营业推广策略复习思考题第十一章 国际市场营销组织与控制第一节 国际市场营销组织第二节 国际市  
场营销控制复习思考题参考书目

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>