

<<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：9787040225839

10位ISBN编号：7040225832

出版时间：2008-5

出版时间：高等教育出版社

作者：崔新健 著

页数：466

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>>

内容概要

《国际经济与贸易专为主要课程教材国际市场营销》阐述国际市场营销的基本理论、基础知识和操作方法，由国际市场营销概述、国际市场营销环境分析、国际市场营销战略、国际市场营销策略组合四个部分13章内容构成，重点阐释普遍适用于各国或地区的国际市场营销分析框架，突出国际市场营销跨文化环境分析，增添了全球环境分析、区域环境分析及东道国环境分析框架和方法。

《国际经济与贸易专为主要课程教材国际市场营销》强调从中国视角分析国际市场营销问题，探讨国际市场营销策略组合，以增强读者对中国企业国际市场营销的认识和思考。

<<国际市场营销>>

书籍目录

第一篇 概论第1章 国际市场营销导论第一节 国际市场营销的基本概念一、国际市场营销的定义二、国际市场营销的任务三、国际市场营销的阶段四、国际市场营销与国际贸易的比较第二节 市场营销学基础一、市场营销学的核心概念二、市场营销观念的演变三、市场营销的分析框架四、市场营销管理的过程与方法第三节 国际市场营销学的内容与发展一、国际市场营销学的研究对象与方法二、国际市场营销学的产生与发展三、中国企业面临的机遇与挑战第2章 国际市场营销的理论基础第一节 国际贸易理论一、比较优势理论二、H-O理论第二节 国际直接投资理论一、垄断优势理论二、内部化理论三、折中理论四、国际产品生命周期理论第三节 国际市场营销理论一、国际管理定位理论二、“自我参照准则”障碍第二篇 国际市场营销环境第3章 国际市场营销的全球环境第一节 经济全球化与WTO一、经济全球化及其影响二、WTO组织及其历史三、WTO制度第二节 国际公约一、知识产权保护二、可持续发展与环境保护第三节 国际认证一、企业社会责任与SA 8000二、ISO 9000质量管理体系标准三、ISO 14000环境管理体系标准四、OHSAS 18000职业健康安全管理体系标准第4章 国际市场营销的区域环境第一节 区域经济集团化的发展及其影响一、区域经济集团化的发展及特点二、区域经济集团的形式与影响三、中国参与区域经济合作的现状第二节 主要的区域经济集团及其规则一、欧洲联盟二、北美自由贸易区三、东南亚国家联盟四、亚太经济合作组织第三节 新兴市场一、主要的新兴市场及其特点二、新兴市场营的特殊性与原则第5章 国际市场营销的国家环境第6章 东道家的文化环境第7章 东道国的政治法律环境第三篇 国际市场营销策略组合第8章 国际市场营销调研第9章 国际市场营销战略规划与组织第10章 国际市场营销的产品策略第11章 国际市场营销的定价策略第12章 国际市场营销的分销策略第13章 国际市场营销的促销策略

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>