第一图书网, tushu007.com

<<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：9787121108136

10位ISBN编号：7121108135

出版时间：2010-6

出版时间：电子工业出版社

作者：张卫东

页数：286

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

前言

高职高专“国际市场营销”课程的教学目的是：传授学生有用、够用、实用的国际市场营销基本概念与基础知识，培养学生分析国际市场营销基本问题的方法和技能，更好地适应全球经济一体化形势下我国企业参与国际市场营销管理的工作需要。

本教材是作者在总结多年高等职业教育教学成果与经验的基础上，精心策划与编写而成的，其特点主要体现在以下三个方面。

1.工学结合，任务驱动　本教材的编写努力贯彻“工学结合，任务驱动，双证（学历证书与职业资格证书）接轨”的高等职业教育精神，每一章内容前都设计有“学习目标”与“任务驱动”两个栏目。

“学习目标”指导学生了解本章重点内容与学习要求，明确学习本章内容的目的与意义。

“任务驱动”结合国际商务师和外销员的岗位职责，精心设计了相关的工作任务，使学生带着目的去学习相关知识与技能，有效地融“教、学、做”为一体，促进实现技能型、应用型高等技术人才的培养目标。

2.突出五基，强调实训　本教材参考全国国际商务专业人员职业资格考试大纲编委会编写的《外销员从业资格考试大纲》和《国际商务师执业资格考试大纲》，其内容涵盖大纲划定的所有内容。

考虑到高职高专学历教育的需要，本教材在遵从大纲的内容和体系的前提下，把基本概念、基本问题、基本知识、基本方法、基本技能等五方面都进行合理的充实与适当的拔高。

在实训技能培养方面，加强了理论的实效性与实践性，书中引用了近200个典型案例，以增强教学内容的趣味性与实践性。

为深化职业技能训练，在每一章后面，还设计了适量的职业知识测试与职业技能训练题，以进一步促进学生职业技能的养成。

内容概要

本教材共14章，包括国际市场营销观念、国际市场营销微观环境分析、国际市场营销社会文化环境、国际市场营销政治法律环境、国际市场营销经济技术环境、国际市场购买行为分析、国际市场营销信息管理、国际市场营销战略规划、国际目标市场营销战略、国际市场营销产品策略、国际市场营销渠道策略、国际市场营销定价策略、国际市场营销促销策略等内容。

本教材体系上加大了国际市场营销环境分析的篇幅，内容上突出了市场营销策略的国际化特色，增加了平行进口、隐形冠军、天生的国际企业、多样化渠道策略、网络营销、原产地效应、价格扬升等国际市场营销新理论，是一本国际化特色鲜明的国际市场营销教材。

本教材每一章内容前都设计有学习目标与任务驱动两个栏目，有效地融“教、学、做”为一体，在教学内容的设计上注重基本概念与基本问题，在教学方法上注重经典案例辅助教学、注重实用职业技能培养，在教学素材选取上注重实用性与现代性，全书引用了近200个典型案例，形成了本书区别于其他同名教材明显的特色。

是一本融实践与理论于一体的国际市场营销教材。

本书适用于应用型本科、高职高专、成人院校市场营销、营销与策划、国际商务、国际贸易、商务英语等专业教学使用，成人在职人员参加外销员职业资格考试或指导工作实践也可参考使用。

作者简介

张卫东，山西定襄人，管理学硕士，太原大学经济贸易系副主任、教授，高等职业教育研究所副所长、营销与策划专业学科带头人.中国就业培训技术指导中心电子商务师职业资格培训教师，山西省会计学会高等职业教育研究会副秘书长，山西省电子商务协会理事，2006、2008年山西省普通高等学校教学成果奖二等奖获得者，第二届山西省高职高专优秀教师。
荣记山西省劳动技能大赛二等功。
其主要研究方向为市场营销、网络营销、人力资源会计等，是我国“和合营销”理论首倡人。
已出版《网络营销理论与实务》专著l部，主编普通高等教育“十一五”国家级规划教材《现代市场营销学》，参编普通高等教育“十一五”国家级规划教材《促销策划与管理》，主编《网络营销》、《新编现代企业管理》、《市场营销理论与实训》、《营销策划理论与技艺》、《国际市场营销理论与实训》等高职高专规划教材多部，编著《市场营销禁忌100例》，公开发表学术论文40余篇，完成省级科研课题6项，参与国家级课题1项。
任山西庆建贸易有限公司、太原市三和博特金属制品有限公司营销顾问，曾为山西水塔老陈醋集团、山西省贸达集团、山西省通信公司等多家企业进行营销经理培训。
任中国人民大学继续教育学院山西分院、太原理工大学职业技术学院、山西工商职业学院、山西工商学院等校兼职教师。

<<国际市场营销>>

书籍目录

第1章 国际市场营销概述 1.1 国际市场营销的概念 1.2 国际市场营销的特点 1.3 国际市场营销实践 业知识测试与职业技能训练 第2章 国际市场营销观念 2.1 五种典型的市场营销观念 2.2 现代市场营销 观念的新发展 2.3 企业的国际市场营销观念 职业知识测试与职业技能训练 第3章 国际市场营销行业 环境分析 3.1 国际市场营销环境概述 3.2 国际市场营销的内部条件与中介分析 职业知识测试与职业技 能训练 第4章 国际市场营销政治法律环境分析 4.1 国际市场营销政治环境分析 4.2 政治风险的防范 4.3 国际市场营销法律环境分析 职业知识测试与职业技能训练 第5章 国际市场营销经济技术环境分析 5.1 国际市场营销经济环境分析 5.2 国际市场营销自然地理环境分析 5.3 国际市场营销人口环境分析 5.4 国际市场营销科学技术环境分析 职业知识测试与职业技能训练 第6章 国际市场营销社会文化环境 分析 6.1 国际市场营销社会文化环境概述 6.2 语言与教育水平 6.3 宗教与观念 6.4 国际跨文化营销 业知识测试与职业技能训练 第7章 国际市场购买行为分析 7.1 国际消费者市场购买行为分析 7.2 国际 市场消费者市场购买决策过程 7.3 国际产业市场购买商行为分析 职业知识测试与职业技能训练 第8章 国际市场营销信息管理 8.1 国际市场营销信息系统 8.2 国际市场营销调研 8.3 国际市场营销信息的收 集 职业知识测试与职业技能训练 第9章 国际市场营销战略规划 9.1 国际市场营销战略规划概述 9.2 国本土化与全球化国际市场营销战略 9.3 国际市场营销竞争与联盟战略 职业知识测试与职业技能训练 第10章 国际目标市场营销战略 10.1 国际市场细分 10.2 国际目标市场选择策略 10.3 国际市场定位与 规划国际市场营销组合策略 职业知识测试与职业技能训练 第11章 国际市场营销产品策略 11.1 国际市 场营销产品设计 11.2 国际市场营销新产品设计与开发 11.3 国际产品包装与品牌策略 职业知识测试 与职业技能训练 第12章 国际市场营销定价策略 12.1 国际市场营销定价的方法 12.2 国际市场营销定价 方式 12.3 国际市场营销价格管理与控制 12.4 国际转移定价 职业知识测试与职业技能训练 第13章 国 际市场营销渠道策略 13.1 国际分销渠道概述 13.2 企业进入国际市场的渠道选择 13.3 国际中间商 1 国际分销渠道决策 职业知识测试与职业技能训练 第14章 国际市场营销促销策略 14.1 国际广告 14. 国际营业推广 14.3 国际人员推销 14.4 国际公共关系 职业知识测试与职业技能训练 参考文献

章节摘录

3.国际企业的特征 （1）经营观念国际化 经营观念国际化或称经营导向国际化是指国际企业生产经营活动是以满足国际市场需求为宗旨的，其决策视野是世界范围的，经营指导思想也是国际化的。
由于不同企业对国际市场认识的不同或介入国际市场程度的不同，其经营指导思想也会有或多或少的差异，总体而言，国际企业的经营观念将越来越趋向国际化。
（2）经营资源国际化 经营资源国际化是企业经营国际化的实质性标志之一。
在国际企业中，人、财、物、信息及企业家等经营资源都不同程度地国际化了。
美国著名管理学大师彼得。
德鲁克曾提出了国际商业和贸易的一个新理论——合作生产。
他认为在国际分工高度发达的当今世界，将不再由一个国家的企业独立地提供资本、管理者、劳动力、原材料和半成品等全部生产资源，而只能是国际合作越来越密切地进行生产。
例如，美国IBM公司生产的计算机，设计可能由美国企业自己承担，芯片可能由中国台湾生产，外围设备由日本生产，总装则可能在欧洲进行，最后以IBM品牌在全世界销售。
显然，在这样的经营模式中，经营资源实现了高度的国际化。
（3）经营过程国际化 经营过程国际化是经营观念国际化与经营资源国际化的必然结果，又是企业国际化经营的实际内涵。
由于经营导向与经营资源的国际化，国际企业制定战略计划，决定企业组织形式，制定生产营销策略，进行经营协调和控制等一系列经营活动都必须在国际间进行决策与安排，真正形成了国际企业经营过程国际化的显著特征。
（4）经营成果国际化 作为国际企业经营成果的产品、工业产权和管理体系，在国际营销活动中或者会因商品交换而在国际间流动，或者会作为经营资源加入到国际经营过程中。

第一图书网, tushu007.com

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