

<<国际营销和出口管理>>

图书基本信息

书名：<<国际营销和出口管理>>

13位ISBN编号：9787300083803

10位ISBN编号：7300083803

出版时间：2007-8

出版时间：中国人民大学

作者：杰拉尔德·奥尔巴姆

页数：696

译者：李阳

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>

<<国际营销和出口管理>>

内容概要

本书是一本著名的国际营销和出口管理方面的优秀教材，得到了广泛的应用。书中重点论述了营销决策和有关开发出口业务的管理方法，还涉及相关管理人员必须了解的关键性程序问题和出口业务活动。同时新版还反映了国际营销环境的变化及作者对这些变化的见解。本书为从事国际营销和出口的人员及企业提供了许多可行性建议及方法。本书不仅适用于大型跨国企业，也同样适用于中小企业。书中翔实丰富的案例不仅增加了内容的生动性和可读性，更增加了理论的说服力和号召力。另外，本书还极具实用性，书中介绍的出口方法和出口所需证件相关内容对于初次从事出口的从业人员和企业尤其实用。

<<国际营销和出口管理>>

作者简介

作者：(美国)杰拉尔德·奥尔巴姆等 译者：李阳

<<国际营销和出口管理>>

书籍目录

第1章 国际营销和出口 1.1 导论 1.2 国际营销的性质 1.3 出口营销计划和战略 1.4 互联网、万维网和电子商务 1.5 技术的影响 1.6 企业国际营销的方式 1.7 非传统出口的发展 1.8 本书概述 案例研究1-1 匈牙利艺术品出口 案例研究1-2 墨菲有限公司 案例研究1-3 eBay公司 案例研究1-4 戴姆勒-克莱斯勒股份有限公司第2章 国际营销的基础 2.1 导论 2.2 出口营销的潜在益处 2.3 国际贸易理论 2.4 出口行为理论和动机 2.5 公司出口的发展：国际化阶段 2.6 出口和网络模式 2.7 伦理道德问题 2.8 社会责任和商业环境 案例研究2-1 布里奇斯通股份有限公司 案例研究2-2 GlaxoSmithKline公司第3章 国际环境 3.1 导论 3.2 经济力量 3.3 社会-文化环境 3.4 政治和法律环境 3.5 经济-体化 3.6 竞争 案例研究3-1 卓越罐头食品制造公司 案例研究3-2 福特汽车公司 案例研究3-3 雅芳产品股份有限公司第4章 出口市场选择：定义和战略 4.1 导论 4.2 市场定义和细分 4.3 市场扩张和选择的过程、程序及策略 4.4 国外市场投资组合：技术和分析 案例研究4-1 IKEA公司 案例研究4-2 日本的7-Eleven便利连锁店第5章 国际营销决策信息 5.1 导论 5.2 信息来源 5.3 市场潜力评估 5.4 出口营销调研 5.5 利用互联网和电子邮件收集资料 案例研究5-1 Mariani包装公司 案例研究5-2 Aquabear公司 案例研究5-3 拉丁美洲的福特汽车公司第6章 市场进入策略 6.1 导论 6.2 把市场进入模式作为一种分销渠道的决策 6.3 把市场进入作为一种策略 6.4 影响进入模式选择的因素 6.5 渠道管理 6.6 市场进入模式的选择 6.7 自由贸易区的利用 案例研究6-1 Alcas公司 案例研究6-2 Yang Toyland有限公司 案例研究6-3 雅芳产品有限公司(B)第7章 出口进入模式 7.1 导论 7.2 间接出口 7.3 直接出口 7.4 互联网和电子商务 7.5 灰色市场出口 案例研究7-1 HV InduStri A/S 案例研究7-2 Quint葡萄酒厂 案例研究7-3 雀巢公司第8章 非出口的市场进入模式 8.1 导论 8.2 其他进入模式 8.3 生产设施 8.4 装配业务 8.5 战略联盟 8.6 在各种方式中进行选择 案例研究8-1 匈牙利艺术品出口 案例研究8-2 GG农业机械公司 案例研究8-3 大众公司在中国 案例研究8-4 如新企业集团第9章 产品决策 9.1 导论 9.2 产品策略 9.3 产品规划和开发 9.4 产品组合决策 9.5 标准化和适应性 9.6 包装策略 9.7 品牌问题 案例研究9-1 大宇公司 案例研究9-2 法国Supreme食品公司 案例研究9-3 BRL Hardy公司第10章 定价决策 10.1 导论 10.2 出口价格的决定因素 10.3 出口定价的基本策略 10.4 出口与国内价格策略的关系 10.5 货币问题 10.6 报价 10.7 转移定价 案例研究10-1 RAP1程和设备公司 案例研究10-2 Capitoool公司 案例研究10-3 Strato Designs公司第11章 融资和支付方式 11.1 导论 11.2 出口融资方式和支付条件 11.3 支付和融资程序 11.4 出口信贷保险 11.5 对等贸易 案例研究11-1 台南玻璃制造公司 案例研究11-2 Arion出口公司第12章 促销和营销信息沟通 12.1 导论 12.2 出口营销推广和沟通决策 12.3 其他促销技术 12.4 促销计划与策略 12.5 标准化还是适应性 12.6 广告传递 12.7 管理问题 案例研究12-1 阿迪达斯公司 案例研究12-2 乐高玩具公司 案例研究12-3 克利斯特国际服装公司 案例研究12-4 Nove有限责任公司 案例研究12-5 Eli's奶酪蛋糕公司第13章 出口订单和实物分销 13.1 导论 13.2 出口订单的处理 13.3 实物分销 13.4 国际实物分销的结构 13.5 结论 案例研究13-1 Jaguar电子有限公司 案例研究13-2 Megabox有限公司 案例研究13-3 Primex行销有限公司第14章 国际营销活动的组织 14.1 导论 14.2 国际营销组织的主要考虑问题 14.3 组织结构 案例研究14-1 ABB有限公司 案例研究14-2 联合利华公司术语表译后记

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>