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：9787504455154

10位ISBN编号：7504455156

出版时间：2005-11

出版时间：中国商业出版社

作者：许春珍

页数：343

字数：423000

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

力求体现科学性与思想性的统一，理论与实际相结合，从而为培养具有创新精神、适应国际市场发展的应用型人才服务。
这本教材，无论是专业基础课或专业方向主干课，都是原理性的课程。
为此，我们这本教材在编写上力求体现以下特点。
1.科学性。
力求系统全面地阐述本门学科的基本概念、基本原理，做到概念准确，原理清楚，能力培养切实可行。
对概念、原理的阐述土，主要清晰地定义了国际营销、国际市场定位、国际市场细分等关键概念。
国际营销是跨国营销，其实质也是跨文化营销。
在编写过程中重点阐述了跨国文化及其国际营销环境对企业营销的影响，并力求保证教材体系的科学性和完整性，从而有助于读者和学生对国际营销理论框架和体系的把握。
2.前沿性。
力求反映本学科最新的研究成果，指出本学科最新的发展趋向。
本书写作集国内已有国际市场营销教材之长，吸收和借鉴了国内优秀教材的研究成果以及最新营销理论的实践运用。
如新出现的OEM营销方式在本教材中即有所反映。
3.启发性。
力求有助于培养学生发现问题、分析问题和解决问题的能力，有助于培养学生的创新精神。
对于有争议的问题，以多种研究取向进行了分析。
而且本教材各章之后均列有复习思考题和典型的案例分析材料，以供读者和学生进一步思考和讨论。
4.可读性。
力求做到文字通顺，简明易懂，可读性强。

书籍目录

编审说明前言第一章　国际市场营销导论　第一节　国际市场营销的内涵　第二节　国际市场营销的产生与发展　第三节　国际市场营销的主体和动因　复习思考题　案例第二章　国际市场营销的社会文化环境　第一节　国际市场营销环境及其特点　第二节　文化环境与国际市场营销　第三节　价值观念　第四节　语言观念　第五节　审美观念　第六节　教育观念　第七节　宗教观念　第八节　社会阶层　第九节　全球化与文化改变　复习思考题　案例第三章　国际市场营销的经济环境　第一节　经济发展水平与国际市场营销　第二节市场规模　第三节　国际金融环境　复习思考题　案例第四章　国际营销的自然、物资与技术环境　第一节　国际营销的自然环境　第二节　国际营销的物资环境　第三节　国际营销的技术环境　复习思考题　案例第五章　国际市场营销的政治法律环境　第一节政治环境　第二节政治风险　第三节法律环境　复习思考题　案例第六章　国际营销目标市场分析　第一节　国际营销目标市场细分与细分方法　第二节　目标市场的选择和产品市场定位　第三节　国际目标市场定位　复习思考题　案例第七章　国际市场营销调研　第一节　国际市场营销调研的必要性　第二节　国际市场营销调研的内容　第三节　国际市场营销调研方法　第四节　国际市场营销信息系统　复习思考题　案例第八章　国际市场营销竞争战略　第一节　国际市场竞争分析　第二节　波特竞争战略模式　第三节　大市场营销战略　第四节　国际竞争战略联盟　复习思考题　案例第九章　国际市场进入方式分析第十章　国际市场营销产品策略第十一章　国际市场营销渠道策略第十二章　国际市场营销价格策略第十三章　国际市场促销策略第十四章　国际营销组织计划与控制主要参考书目

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