

<<国际市场营销学教程>>

图书基本信息

书名：<<国际市场营销学教程>>

13位ISBN编号：9787512100459

10位ISBN编号：7512100450

出版时间：2010-1

出版时间：清华大学出版社

作者：高燕云

页数：194

字数：312000

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>

<<国际市场营销学教程>>

内容概要

本书针对经济管理专业学生的学习特点，将国际市场营销学知识进行精心编排，突出实用性和创新精神。

其内容主要包括国际营销导论，国际营销环境，国际市场营销调研，国际市场细分和目标市场营销，国际市场进入策略，国际竞争战略，国际营销组合策略，国际市场营销计划、组织与控制。

本书主要供经济管理相关专业(市场营销专业、工商管理专业、物流专业、国际贸易专业、国际商务专业等)的学生学习使用。

<<国际市场营销学教程>>

书籍目录

第一章 国际营销导论 学习目标 第一节 市场营销学基础 第二节 国际营销的基本概念 第三节 企业从事国际营销的作用与方式 第四节 国际营销学与相关学科的关系 本章小结 思考与练习 案例分析与讨论事在人为：赤脚、鞋子与市场第二章 国际营销环境 学习目标 第一节 国际营销环境：经济环境 第二节 国际营销环境：政治环境和法律环境 第三节 国际营销环境：文化环境 第四节 国际营销环境：技术环境 第五节 国际营销环境：金融与外汇环境 本章小结 思考与练习 案例分析与讨论星巴克，打出文化牌第三章 国际市场营销调研 学习目标 第一节 国际营销信息管理 第二节 国际营销调研内容 本章小结 思考与练习 案例分析与讨论生活环境影响消费选择第四章 国际市场细分和目标市场营销 学习目标 第一节 国际市场细分 第二节 国际目标市场选择、策略及进入方式 第三节 国际市场定位 本章小结 思考与练习 案例分析与讨论卖冰茶给英国人——“太糟了”第五章 国际市场进入战略 学习目标 第一节 国际市场进入方式 第二节 影响选择企业进入国际市场的因素 本章小结 思考与练习 案例分析与讨论重组汤姆逊TCL绕道国际市场第六章 国际竞争战略 学习目标 第一节 国际市场竞争分析 第二节 国际市场竞争战略 第三节 国际战略联盟 本章小结 思考与练习 案例分析与讨论瑞安航空公司的营销战略第七章 国际营销组合策略 学习目标 第一节 国际市场产品策略 第二节 国际市场定价策略 第三节 国际市场渠道策略 第四节 国际市场促销策略 本章小结 思考与练习 案例分析与讨论奢侈品的“性格”让消费者“迷恋”第八章 国际市场营销计划、组织与控制 学习目标 第一节 国际市场营销计划 第二节 国际市场营销组织 第三节 国际市场营销控制 本章小结 思考与练习 案例分析与讨论发展的困惑综合案例“万宝路”的市场定位危机下的营销改变反倾销与反垄断参考文献

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>