第一图书网, tushu007.com

<<国际市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<国际市场营销学>>

13位ISBN编号：9787537517010

10位ISBN编号：7537517010

出版时间：1997-07

出版时间：河北科学技术出版社

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

内容提要
本书运用市场营销学原理，对企业进行国际营销时所面临的实际问题做了
深入细致的研究。
对国际市场营销环境、国际市场营销调研、国际市场竞争战略、
国际市场营销组合、国际市场营销管理诸方面进行了探讨。
着重分析了文化差异
与竞争导向两大因素对国际营销的重要影响以及跨国公司在国际经济中的重要
作用。

<<国际市场营销学>>

书籍目录

目录
第一编 国际市场营销绪论
第一章 国际市场营销概论
一、国际市场营销的基本概念
二、国际市场营销管理人员的任务
第二章 国际市场营销活动的发展过程
一、国际市场营销活动的发展阶段
二、国际市场的进入方式
第三章 国际市场营销与国际贸易
一、90年代国际经济形势
二、跨国公司在国际贸易中的作用
第二编 国际市场营销环境
第四章 文化环境
一、国际市场营销的文化因素
二、文化变革与国际市场营销
三、文化渗透与世界消费趋势
第五章 商业惯例
一、国际营销与商业惯例
二、一些国家商业惯例简介
第六章 地理环境
一、气候、地形与资源
二、人口
三、世界贸易路线
第七章 政治与法律环境
一、政治因素
二、政治风险
三、法律环境
第三编 国际市场营销调研
第八章 国际市场营销调研
一、国际市场营销调研的范围和信息来源
二、国际市场调研的程序
三、国际市场调研的组织
四、国际市场营销信息系统
第九章 国际市场的研究与规划
一、国际市场营销与经济发展
二、发展中国家的市场研究与规划
三、市场潜力的变化与世界消费趋势
第十章 跨国市场
一、跨国市场对国际市场营销的影响
二、跨国市场综述
三、跨国市场组合的模式
第四编 国际市场竞争战略
第十一章 国际竞争者分析
一、国际竞争者识别
二、国际竞争战略与目标识别

三、评估国际竞争者的优势和劣势
四、竞争者的反应模式
五、市场导向与竞争导向的平衡
第十二章 国际市场营销的战略规划
一、国际营销的战略规划过程
二、竞争战略的基本类型
三、国际竞争优势
第五编 国际市场营销组合
第十三章 国际产品策略
一、国际产品——市场策略
二、国际产品的适应性变化
三、新产品的扩散
四、工业品的国际营销
五、国际服务营销
第十四章 国际市场定价
一、国际市场定价的影响因素
二、国际营销的价格策略
第十五章 国际市场分销策略
一、分销渠道的结构
二、国际分销渠道决策
三、国际分销渠道的服务机构
第十六章 国际促销策略
一、国际广告策略
二、国际市场人员推销策略
三、国际市场的营业推广策略
第十七章 国际公关营销与政治营销
一、国际公关营销
二、国际政治营销
第六编 国际市场营销管理
第十八章 国际市场营销的组织与控制
一、国际市场营销的组织规划
二、国际市场营销的协调与控制
第十九章 国际市场营销的财务与风险管理
一、国际营销的资本需求
二、国际市场营销的资金来源
三、国际营销的风险管理
四、跨国公司的利润规划与战略
参考文献

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