第一图书网, tushu007.com

<<国际营销学>>

图书基本信息

书名：<<国际营销学>>

13位ISBN编号：9787542934116

10位ISBN编号：7542934112

出版时间：2012-4

出版时间：立信会计出版社

作者：张占东

页数：312

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

第一图书网, tushu007.com

<<国际营销学>>

内容概要

《普通高等院校“十二五”规划重点教材·国际贸易系列：国际营销学》的突出特点在于：
第一，针对性。
表现在针对于国际经济与贸易专业、国际商务专业和外销员等专业人员和考生。
目前市场上已有的国际营销学教科书，大多数是面对市场营销专业编写，其前提是假定学生已学习了市场营销专业的先导课程，掌握了市场营销的基本理论，所以侧重于用案例解释国际营销问题。
而国际经济与贸易、国际商务专业由于课时的原因，在没有学习市场营销学课程的前提下直接学习国际营销学，就显得力不从心，不能很好地学习和理解国际营销问题。
而本书是在运用市场营销基本理论的前提下，研究探讨国际营销问题和解决国际营销实际，因此具有针对性。
第二，创新性。
表现在结构和内容上。
已有的国际营销学大多局限于市场营销学已有的结构框架或者是偏重国际营销的环境部分，一是篇幅较长，二是不能反映国际营销的本质内容。
本书的创新表现在两个方面：一是结构新，将所有国际营销集中在八章中反映出来，整体结构紧凑精炼；二是内容新，将4R、4V、绿色营销、关系营销、顾客让渡价值、定制营销、体验营销、全面营销等最新的营销理论和观念充实到教科书中，以便学生很好地把握市场营销的发展方向。
本教材共有国际营销概述、国际营销环境、国际营销调研、国际营销战略、国际营销中的产品策略、国际营销中的定价策略、国际营销中的分销策略和国际营销中的促销策略等八章内容，为了方便学习在每章后设有小结和自测练习题。

第一图书网, tushu007.com

<<国际营销学>>

书籍目录

第一章 国际营销概述第一节 营销原理与国际营销第二节 国际营销中的市场观念第三节 国际营销中的营销组合第四节 国际营销中的最新理论本章小结思考与练习第二章 国际营销环境第一节 国际营销中的宏观环境分析第二节 国际营销中的产业环境分析第三节 国际营销中的竞争者分析第四节 国际营销中的消费者分析本章小结思考与练习第三章 国际营销调研第一节 国际营销信息系统第二节 国际营销调查第三节 国际营销研究本章小结思考与练习第四章 国际营销战略第一节 国际市场细分第二节 国际目标市场第三节 国际目标定位本章小结思考与练习第五章 国际营销中的产品策略第一节 国际产品整体概念第二节 国际产品寿命周期策略第三节 国际产品组合策略第四节 国际新产品策略第五节 国际产品命名、品牌和包装策略本章小结思考与练习第六章 国际营销中的定价策略第一节 国际产品定价的基本问题第二节 国际产品的定价策略第三节 国际市场价格变动策略本章小结思考与练习第七章 国际营销中的分销策略第一节 国际分销策略概述第二节 国际分销中的中间商第三节 国际分销中的物流策略本章小结思考与练习第八章 国际营销中的促销策略第一节 国际市场促销概述第二节 国际市场人员推销策略第三节 国际市场广告策略第四节 国际公共关系策略第五节 国际市场营业推广策略本章小结思考与练习专业词汇索引外销员考试历年真题汇总主要参考文献

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