

<<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：9787561535257

10位ISBN编号：7561535252

出版时间：2011-8

出版时间：厦门大学出版社

作者：洪海玲，黄志锋 主编

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>>

### 内容概要

《国际市场营销》突出应用性原则，重视理论和实际的联系，在立足国际市场营销基础知识的同时，吸取了最新和前沿的营销理论和观点，并配以大量的营销案例予以解释说明，以加深学生的理解，具有很强的应用性和实践性，重点培养学生的创新思维能力和实践动手分析能力，并能够在国际市场营销实践中创新地分析问题、解决问题。

本书符合目前高职院校教学的需要。

本书由福建省泉州经贸学院洪海玲老师和黎明大学黄志锋副教授(博士)共同担任主编，共同编写。

## &lt;&lt;国际市场营销&gt;&gt;

## 书籍目录

- 第一章 国际营销导论
  - 第一节 国际营销的基本概念
  - 第二节 市场营销观念
  - 第三节 企业从事国际营销活动的原因及方式
  - 第四节 企业国际营销活动的发展进程
  - 第五节 国际市场营销管理
- 第二章 国际市场营销的社会文化环境
  - 第一节 文化环境与国际营销
  - 第二节 国际营销中的文化要素
  - 第三节 文化适应与文化变迁
- 第三章 国际市场营销的政治和法律环境
  - 第一节 政治环境
  - 第二节 法律环境
- 第四章 国际营销的经济环境
  - 第一节 市场规模
  - 第二节 经济特性
  - 第三节 市场营销环境的分析与对策
- 第五章 国际市场营销调研
  - 第一节 营销调研的概念和程序
  - 第二节 国际营销决策所需要的信息
  - 第三节 国际营销调研的方法
  - 第四节 国际营销调研的组织
  - 第五节 国际营销信息系统
- 第六章 国际市场目标营销战略
  - 第一节 国际市场细分
  - 第二节 国际目标市场的选择
  - 第三节 国际市场定位
- 第七章 国际市场产品策略
  - 第一节 国际市场营销的产品概念
  - 第二节 国际产品生命周期策略
  - 第三节 国际新产品策略
  - 第四节 国际品牌和包装策略
- 第八章 国际市场定价决策
  - 第一节 国际营销定价程序与影响因素
  - 第二节 国际营销定价策略的选择与运用
  - 第三节 出口定价决策
  - 第四节 国际企业的其他定价策略
- 第九章 国际市场分销渠道策略
  - 第一节 国际分销渠道概述
  - 第二节 国际分销渠道策略
  - 第三节 国际分销渠道管理
- 第十章 国际市场促销策略
  - 第一节 国际促销组合策略
  - 第二节 国际广告策略
  - 第三节 国际人员推销策略

<<国际市场营销>>

第四节 国际营业推广策略

第五节 国际公共关系

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>