

<<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：9787563527687

10位ISBN编号：7563527680

出版时间：2011-11

出版时间：北京邮电大学出版社

作者：马三生 编

页数：258

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

《21世纪高职高专经济贸易系列规划教材：国际市场营销》力求体现高等职业院校教材特色，坚持实用性、科学新、创新性原则，将市场营销的基本原理、方法同国际营销的各项具体业务有机结合起来。

全书包括十二章，系统介绍了国际市场营销的基本概念与原理、国际营销环境分析及调研，国际营销的各种战略以及“4P”策略以及国际市场网络营销、服务营销和营销管理。

书中广泛吸收、借鉴了国内外学术界、企业界的最新研究成果和新经验，具有很强的实用性和可操作性。

<<国际市场营销>>

书籍目录

第一章 导论 知识目标 技能目标 案例导入 第一节 国际市场营销概述 第二节 国际市场营销的发展演变过程 第三节 企业国际化经营与国际市场营销的推进 关键词汇 本章小结 复习思考题 案例分析 第二章 国际市场营销环境 知识目标 技能目标 案例导入 第一节 国际市场营销经济环境 第二节 国际市场营销政治法律环境 第三节 国际市场营销科学技术环境 第四节 国际市场营销文化环境 第五节 国际市场营销人口与自然环境 关键词汇 本章小结 复习思考题 案例分析 第三章 国际市场营销调研与信息系统 知识目标 技能目标 案例导入 第一节 国际市场营销调研概述 第二节 国际市场营销调研程序 第三节 国际市场营销调研的主要方法 第四节 国际市场营销信息系统 关键词汇 本章小结 复习思考题 案例分析 第四章 国际目标市场选择 知识目标 技能目标 案例导入 第一节 国际市场细分 第二节 国际目标市场战略 第三节 国际目标市场定位 关键词汇 本章小结 复习思考题 案例分析 第五章 国际市场营销战略 知识目标 技能目标 案例导入 第一节 国际市场的进入障碍 第二节 国际市场的进入模式 第三节 国际市场竞争战略 第四节 国际战略联盟 关键词汇 本章小结 复习思考题 案例分析 第六章 国际市场产品策略 第七章 国际市场定价策略 第八章 国际市场分销策略 第九章 国际市场促销策略 第十章 国际市场网络营销 第十一章 国际服务营销 第十二章 国际市场营销管理

章节摘录

(一) 国际市场营销产生的历史背景 古代专门从事国与国之间商品交换活动的商人就是国际市场营销的最早实践者。

例如,我国公元前5世纪经丝绸之路向欧洲各国销售丝绸的活动,就属于最初的国际市场营销活动。

真正意义上的国际市场营销活动是在19世纪中期完成的产业革命之后才出现的。

在产业革命之前,资本主义国家的市场和商品交换活动基本上由商业资本所控制,产业资本生产力水平较低、实力有限、生产规模小,对国内外市场的控制力较弱,产品销售和市场活动的主动权仍然掌握在商业资本家手中,生产企业对商业企业的依赖性较强,无论在国内市场上还是在国际市场上,都不能对产品从生产者到达消费者和用户手中的全过程加以引导和策划,也就不可能有现代意义上的国际市场营销活动。

而且,商业企业的商品销售活动主要集中在国内市场,加上当时全社会的劳动生产力水平都相当低下,商品供应不足,处于卖方市场态势,消费者对商品的需求差异性不大、选择性不强,生产的商品只要质量合格、价格适中,就能销售出去。

且当时的企业奉行的是生产观念,以生产为中心,重点放在降低成本、提高生产效率上,并不重视对市场和营销的研究,也不需要研究国际市场营销问题。

以蒸汽机为代表的产业革命,使资本主义企业完成了从作坊式的、分散的工场手工业到机器化大工业的历史性转变,生产规模不断扩大,社会分工逐步深化,生产力水平得到极大提高,可供销售的商品日益丰富,消费者对商品的选择性增强。

同时,产业资本迅速增长,摆脱了商业资本的控制,掌握了市场活动的主动权,商品销售问题、市场问题逐渐突出,成为产业资本进一步发展的重要问题。

更重要的是,建立在廉价原材料掠夺和商品销售市场开拓基础上的对海外市场的扩展和争夺,促使企业重视商品销售活动,并开始有意识地对商品销售活动进行引导和策划。

但当时的市场问题仍然集中在国内市场,国际市场主要还是作为企业掠夺廉价原材料的基地。

19世纪中后期,以电力的广泛应用为标志的第二次科技革命的兴起,加快了资本主义发展的步伐,产业资本进一步集中,各类企业开始逐步走向垄断和国际化阶段。

但在这一时期,国际营销的方式只是局限于设立国外销售办事处、国外销售分公司和国外组装线等。

.....

编辑推荐

《21世纪高职高专经济贸易系列规划教材：国际市场营销》内容全面、体例新颖，能满足高等职业院校电子商务、市场营销、国际经济与贸易、工商企业管理、商务英语、商务管理等专业的教材，还可作为各类企业经理和营销管理人员的培训教材。

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>