

<<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：9787565402500

10位ISBN编号：7565402508

出版时间：2011-1

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：李海琼

页数：239

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》打破了以知识体系为线索的传统编写模式，转为以工作项目和工作任务为中心组织课程内容，以涉外企业国际市场营销活动为主线，按照突出职业能力培养，体现基于职业岗位分析和具体工作过程的课程设计理念，以国际市场营销相关业务操作为主体，注重高职高专学生的认知特点，让学生在完成具体项目的过程中来学习国际市场营销知识，提高国际市场营销职业能力，提升国际市场营销职业素养。

在此基础上，本书把国际市场营销基本知识与基本技能划分为五大业务模块、十大工作项目和若干工作任务，每个项目基本上包括任务描述、任务目标、引导案例、工作任务、项目小结、活动设计(包括“应知训练”和“应会操练”)六项构成要素，书中还有大量的专栏、相关链接等特色栏目。

## <<国际市场营销>>

### 书籍目录

- 模块一 国际市场营销印象
  - 项目一 国际市场营销认知
    - 任务一 国际市场营销内涵解读
    - 任务二 国际市场营销动因分析
    - 任务三 国际市场营销观念变革
- 模块二 国际市场机会分析
  - 项目二 国际市场营销环境分析
    - 任务一 国际市场营销环境认知
    - 任务二 国际市场营销人口与自然环境分析
    - 任务三 国际市场营销政治与法律环境分析
    - 任务四 国际市场营销经济环境分析
    - 任务五 国际市场营销文化环境分析
  - 项目三 国际市场营销调研
    - 任务一 国际市场营销调研认知
    - 任务二 国际市场营销调研实务
    - 任务三 国际市场营销调研管理
- 模块三 国际市场营销战略规划
  - 项目四 国际目标市场选择
    - 任务一 国际市场细分
    - 任务二 国际目标市场选择
    - 任务三 国际目标市场定位
  - 项目五 国际目标市场营销战略
    - 任务一 国际目标市场进入战略
    - 任务二 国际目标市场发展战略
    - 任务三 国际目标市场竞争战略
- 模块四 国际市场营销策略制定
  - 项目六 国际市场营销产品策略
    - 任务一 国际市场产品认知
    - 任务二 国际市场产品设计
    - 任务三 国际市场产品组合
    - 任务四 国际产品生命周期
    - 任务五 国际市场新产品开发
    - 任务六 国际市场品牌决策
  - 项目七 国际市场营销定价策略
    - 任务一 国际定价影响因素
    - 任务二 国际市场定价方法
    - 任务三 国际市场定价策略
  - 项目八 国际市场营销分销策略
    - 任务一 国际分销渠道设计
    - 任务二 国际中间商选择
    - 任务三 国际分销渠道决策
    - 任务四 国际分销渠道管理
  - 项目九 国际市场营销促销策略
    - 任务一 国际市场促销认知
    - 任务二 国际人员推销策略

<<国际市场营销>>

任务三 国际广告促销策略

任务四 国际营业推广策略

任务五 国际公共关系策略

模块五 国际市场营销管理

项目十 国际市场营销计划、组织与控制

任务一 国际市场营销计划

任务二 国际市场营销组织

任务三 国际市场营销控制

综合能力训练一

综合能力训练二

主要参考文献

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>