

<<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：9787565404641

10位ISBN编号：7565404640

出版时间：2011-8

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：刘苍劲，罗国民 主编

页数：309

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

本书是“高等院校本科市场营销专业教材新系”中的一册，分为国际市场营销导论；国际市场营销环境分析；国际市场分析；国际市场营销调研；国际市场竞争战略；国际市场合作战略；国际市场进入策略；国际市场营销管理等内容。

<<国际市场营销>>

书籍目录

第1章 国际市场营销导论

学习目标

1.1 国际市场营销的概念

1.2 国际市场营销的理论基础

1.3 国际市场营销阶段和国际市场营销观念

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

第2章 国际市场营销环境分析

学习目标

2.1 国际市场营销经济环境分析

2.2 国际市场营销政治环境分析

2.3 国际市场营销法律环境分析

2.4 国际市场营销文化环境分析

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

第3章 国际市场分析

学习目标

3.1 国际市场分析概述

3.2 国际市场细分

3.3 国际目标市场与产品定位

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

第4章 国际市场营销调研

学习目标

4.1 国际市场营销调研概述

4.2 国际环境下的市场调研过程

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

第5章 国际市场竞争战略

学习目标

5.1 制定国际市场竞争战略的紧迫性

5.2 国际市场竞争战略新动向

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

第6章 国际市场竞争战略

<<国际市场营销>>

学习目标

6.1 合作战略的概念

6.2 合谋战略

6.3 战略联盟

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

第7章 国际市场资源战略

学习目标

7.1 国际市场资源战略的概念

7.2 国际市场资源战略的决策因素

7.3 全球供应链与全球供应链管理

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

第8章 国际市场进入策略

学习目标

8.1 进入国际市场的决策程序

8.2 进入国际市场的模式

8.3 中国企业进入国际市场的相关决策

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

第9章 国际市场营销组合策略

学习目标

9.1 国际市场产品策略

9.2 国际市场定价策略

9.3 国际市场分销策略

9.4 国际市场促销策略

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

第10章 国际市场营销管理

学习目标

10.1 国际市场营销计划

10.2 国际市场营销组织

10.3 国际市场营销控制

本章小结

主要概念和观念

基本训练

主要参考书目

综合案例

综合案例1 西班牙酿酒集团桃乐丝的中国战略

综合案例2 联邦快递和UPS在中国

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>