第一图书网, tushu007.com

<<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：9787810822862

10位ISBN编号：7810822861

出版时间：2004-5

出版时间：清华大学出版社

作者：胡凌/胡志雯主编

页数：331

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

内容概要

《国际市场营销》是《商务英语系列课程教材》之一。
《国际市场营销》不仅讲述了国际市场营销的基本知识和操作原理，还通过案例分析加深对所学知识的理解，从而使学生对国际市场营销的过程和基本实践有一个全面的了解，有利于培养既有良好的英语基础又具备专业知识的复合型人才。
《国际市场营销》分6个部分，共18章，按照国际市场营销的基本步骤进行讲述。
每章开始都有学习目标，方便学生掌握本章重点；结尾附有本章关键术语和练习，便于学生进一步学习新知识和巩固所学知识。
《国际市场营销》以英语介绍专业知识，相对原版教材而言，语言简练，通俗易懂。
《国际市场营销》可供国际贸易、经济管理。
国际商务、英语等专业三年级以上本科生作为复合型专业英语教材使用，同时也可供具有一定英语和商务知识基础的自学者学习参考。

<<国际市场营销>>

书籍目录

Part 1 国际市场营销基础Chapter One 国际市场营销简介1.1 什么是市场营销1.2 什么国际市场营销1.3 中国公司的国际市场营销Chapter Two 国际贸易的三个基本理论2.1 比较优势理论2.2 产品贸易周期理论2.3 商业定位理论Part 2 国际营销环境Chapter Three 经济的作用3.1 世界经济概览3.2 汇率体系3.3 国际贸易Chapter Four 政府的作用4.1 贸易壁垒4.2 贸易组织Chapter Five 文化的作用5.1 语言与当地风俗5.2 社会组织、教育和政治结构5.3 气候条件及地理Part 3 国际市场营销目标Chapter Six 国际市场营销信息系统和研究……Chapter Seven 市场细分、目标营销和市场定位Chapter Eight 进入国际市场的策略Chapter Nine 竞争分析和竞争策略Chapter Ten 合作策略Part 4 国际市场营销组合Chapter Eleven 产品决策Chapter Twelve 定价决策Chapter Thirteen 设立分销Chapter Fourteen 促销Part 5 国际市场营销管理Chapter Fifteen 市场营销计划Chapter Sixteen 组织和控制国际市场营销Part 6 电子商务与网络营销Chapter Seventeen 电子商务简介Chapter Eighteen 电子商务营销相关网络链接参考文献

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