

《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：9787811221435

10位ISBN编号：7811221438

出版时间：2007-9

出版社：东北财经大学出版社

作者：李志荣

页数：265

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《国际市场营销》

内容概要

本书从国际市场营销的诸多方面系统地对国际市场营销理论、国际市场营销环境、国际市场营销调研、目标市场的细分及定位、国际市场营销的几种策略，以及国际营销管理等作了详尽的阐述，《国际市场营销 - - 理论与实务》是专门为经济管理专业高职学生编写的教材。进入21世纪以来，市场营销变得比以往任何进候都更重要，迅速培养出适合国际市场的操作人员是职业教育的重要的历史使命。由于高等职业教育建设时间较短，师资、教材、教学模式等都有待迅速发展，编写出适合职业教育的教材成为当前的紧迫任务。本书编写特色为：理论体系与实践体系相结合，并相互补充、相互支撑。同时强化能力、素质教育。此外，教材中还有实践活动的设计，体现对学生各种能力和素质教育培养的目标。

《国际市场营销》

书籍目录

第1章 国际市场营销理论与实务概述 学习目标 主要概念与原理 1.1 国际市场营销的基本问题
1.2 国际市场营销的形成与发展 1.3 国际市场及其营销实践的基本问题 1.4 国际市场营销课程的学习方法 本章小结 基本练习 技能训练 第2章 国际市场营销环境 学习目标 主要概念与原理 2.1 国际营销环境及其与企业营销的关系 2.2 国际营销宏观环境与国际营销 2.3 国际营销微观环境与国际营销 本章小结 基本练习 技能训练 第3章 国际市场营销调研 学习目标 主要概念与原理 3.1 国际营销调研概述 3.2 国际营销调研方法 3.3 国际营销调研技术 本章小结 基本练习 技能训练 第4章 国际目标市场细分及定位 学习目标 主要概念与原理 4.1 国际市场细分 4.2 国际目标市场选择 4.3 国际市场定位 本章小结 基本练习 技能训练 第5章 国际市场营销战略 学习目标 主要概念与原理 5.1 国际市场营销战略概述 5.2 国际市场进入战略 5.3 国际市场竞争战略 本章小结 基本练习 技能训练 第6章 国际营销产品策略 学习目标 主要概念与原理 6.1 国际营销产品概述 6.2 产品组合策略 6.3 国际营销中的品牌策略 6.4 国际营销中的包装策略 6.5 国际市场新产品开发策略 6.6 国际营销产品的生命周期及其策略 本章小结 基本练习 技能训练 第7章 国际营销的定价策略 学习目标 主要概念与原理 7.1 国际营销定价的因素分析第8章 国际营销的分销策略第9章 国际市场营销促销策略第10章 其他营销策略第11章 国际营销管理第12章 国际营销综合技能训练参考文献

《国际市场营销》

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:www.tushu000.com