

《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：9787802296305

10位ISBN编号：7802296307

出版时间：2008-8

出版社：中国石化出版社

页数：212

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

《国际市场营销》

书籍目录

第一章 国际市场营销概述第一节 国际市场营销的含义第二节 国际市场营销的研究对象、途径和范围第三节 国际市场营销的动态发展阅读案例第二章 国际市场营销环境第一节 国际社会与文化环境第二节 国际经济与技术环境第三节 国际政治与法律环境第四节 国际自然环境与绿色营销阅读案例第三章 国际市场营销调研第一节 国际市场营销信息第二节 国际市场营销调研第三节 国际市场特点概述阅读案例第四章 国际市场营销战略第一节 国际市场选择战略第二节 国际市场进入方式第三节 国际市场竞争战略第四节 国际市场战略合作阅读案例第五章 国际市场产品策略第一节 国际产品组合策略第二节 国际市场营销品牌、包装策略第三节 国际市场新产品开发策略第四节 国际市场服务产品策略阅读案例第六章 国际市场分销策略第一节 国际市场分销渠道第二节 国际中间商类型第三节 国际市场分销渠道策略与管理第四节 国际市场物资分销阅读案例第七章 国际市场定价策略第一节 影响国际市场定价的因素第二节 国际市场定价的基本方法第三节 国际市场定价策略第四节 价格变动及其应对阅读案例第八章 国际市场促销策略第一节 国际市场广告策略第二节 国际市场人员推销策略第三节 国际市场营业推广策略第四节 国际市场公共关系策略阅读案例第九章 国际市场营销管理第一节 国际市场营销组织第二节 国际市场营销计划第三节 国际市场营销控制阅读案例参考文献

《国际市场营销》

编辑推荐

《国际市场营销》是一本适合当前企业界，结合实际具有可操作性的国际市场营销方面的书籍。本教材与同类教材的不同之处主要有：增加了国际自然环境和基础环境对国际市场营销影响方面的内容，以适应当前国际上日益高涨的“保护地球母亲，重视生态平衡”的呼声；“国际市场战略合作”一节，适应了当前国际市场上“相互合作，谋求双赢”的经营战略趋势；“国际市场服务产品策略”一节，适应了像旅游、金融、教育等第三产业迅猛发展的需要；另外在国际市场细分、国际物资分销、产品定价策略几方面也体现了适应发展趋势、结合实际操作的特点。本教材考虑到教学和学生主动学习的需要，在每章的开头设有“学习目标”；在每章的结尾设有“本章小结”和“复习思考题”；此外，每章还附有适量的阅读案例。本教材既可作为高职院校、高等专科学校、函授与继续教育的专业教材，也可作为企业界从事国际市场营销和国际贸易人员的实用参考读物。

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