

《国际营销战略》

图书基本信息

书名：《国际营销战略》

13位ISBN编号：9787801627797

10位ISBN编号：7801627792

出版时间：2005-4

出版社：经济管理出版社

作者：史蒂夫·卡特

页数：258

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

内容概要

教材每章包括以下具体内容：

学习目标：告诉您读完本章之后您该知道些什么；

大纲参考资料：指出本章所涉及的大纲的确切部分；

学习指南：告诉您本章有多少内容以及如何展开的；

问题：课后练习，这些习题类似于您将在考试中遇到的问题；

答案：（书的最后）对考试时回答问题的格式的一些建议，只供参考；

活动：给您提供一个实践的机会；

提要：（书的最后）展现活动中所应用的方法；

提示与技巧：资深主考官、考官或撰稿人给予您的提示，帮您避免以前应试者常犯的错误，指导您提高基础知识；

补充资料：鼓励您将所学过的知识应用到生活中去；

主要定义：强调并解释相关要点；

定义：考试必备词汇；

小结：对该章重点的总结；

拓展知识：教材以外的推荐读物；

本书涉及大纲内容的每一部分，有时为您学习方便起见，顺序有所改变，将大纲中一些相关论题放到一起来编写。按照本书的要求，循序渐进，您将会对大纲有一个全面的理解！

我们深信本系列教材将会使您受益匪浅，且会成为您备战CIM考试及进一步深入学习的好工具。

《国际营销战略》

书籍目录

第1章 绪论引言国际营销战略关于国际营销战略考试什么是国际营销国际营销中的关键问题理解国际营销战略流程“走向国际化”的理由国际运营中的金融风险国际管理信息系统帮助评估风险和机遇的模型国际营销和互联网第2章 国际营销的重要性引言影响国际业务的宏观因素地球村世界贸易的类型世界贸易的促进者世界贸易的壁垒第3章 顾客环境因素商业购买者行为国外市场选择第4章 搜集信息国际市场调查——跨国问题任务的范围：员工和资金——运营问题调查方法国际市场细分：区分优先次序国际营销信息系统探寻国际市场调查计划和组织国际市场调查国际营销和互联网第5章 制定国际营销计划战略计划和控制国际和全球营销的组织国际企业类型跨国企业的趋势市场进入方法国际市场进入战略进入战略选择出口海外生产进入分析退出战略跨截止不同文化实际国际第6章 全球化.....第7章 管理国际营销第8章 管理国际组合第9章 国际人员和流程第10章 运营和执行问题第11章 评估和控制方法附录阅读书目

媒体关注与评论

营销： Butterworth-Heienmann教材已经成为我们会面传授市场营销技能方法的完整的一部分。其内容与专业协会出版的大纲相一致，针对大纲的相关内容在对应章节提供了全面综合性的资料，这些在您利用CIM的持续评估模式来学习时是非常关键的。全书简洁易懂，结构严密。我们的学生对它提出了一致好评。教材： 由资深的的CIM主考官针对市场营销基础模块编写，全程指志您对2003-2004大纲的学习； 方便您的学习，拓宽您的知识面，为考试成功做好了全面的准备；为了提供与CIM大纲直接相关的信息，教材每一部分都准备了一系列的案例、问题、活动、定义和学习技巧，用来帮助您更好地学习并检验知对知识的把握程度。 易懂、互动和贴切， Butterworth-Heienmann教材是您CIM考试的必功之备！营销在线： 通过登录营销在线，您可以： 通过教材的电子版本进行个性化教学的制定和创建； 接受关于热点问题的定期辅导；简便在线搜索教材中的定义和主要概念； 随时随地的互动和便捷的营销在线是CIM考生学习的惟一在线资源。

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