

<<国际市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<国际市场营销学>>

13位ISBN编号：9787040196665

10位ISBN编号：7040196662

出版时间：2006-8

出版时间：高等教育出版社

作者：汤定娜

页数：383

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>

<<国际市场营销学>>

内容概要

《现代管理类创新系列教材：国际市场营销学》具有系统性、实用性和时代感等特色。

《现代管理类创新系列教材：国际市场营销学》主要适用对象是市场营销及相关专业、国际经济与贸易及相关专业以及经济管理类其他专业本科生。

本教材所具有的系统性、实用性和时代感等特点，也使其可以作为开展国际营销活动的企业和相关机构作员工进修和培训之用。

<<国际市场营销学>>

书籍目录

第1章 导论第一节 国际市场营销的概念第二节 国际市场营销学及其发展历程第三节 企业国际市场营销的动因与决策内容练习与思考精选案例 新联想：扬帆起航第2章 国际市场营销战略第一节 国际市场营销战略目标第二节 国际市场营销战略安排练习与思考精选案例 华为的国际化之路第3章 国际市场营销环境第一节 国际市场营销环境分析与评估第二节 国际政治和法律环境第三节 国际经济环境第四节 国际文化环境第五节 国际自然环境练习与思考精选案例 中海油退出并购优尼科的思考第4章 国际营销信息系统和市场预测第一节 国际市场营销信息系统第二节 国际市场调研第三节 国际市场营销预测练习与思考精选案例 日普营销模式的转变第5章 国际营销竞争第一节 国际营销竞争的特点与类型第二节 国际营销竞争战略第三节 国际营销竞争优势练习与思考精选案例 联合利华（中国）公司的集中化战略第6章 国际目标市场的选择第一节 国际目标市场细分第二节 国际目标市场选择第三节 国际目标市场产品定位练习与思考精选案例 海尔进入国际市场第7章 国际市场的进入第一节 进入国际市场的方式第二节 进入国际市场方式的选择练习与思考精选案例 剖析三星：国际化，边学边唱第8章 国际市场产品策略第一节 国际产品生命周期第二节 国际市场产品策略第三节 国际市场品牌、包装和质量保证、服务策略练习与思考精选案例 海信的国际化之路第9章 国际市场营销渠道第一节 国际市场营销渠道结构第二节 国际市场营销渠道设计第三节 国际市场营销渠道管理练习与思考精选案例 雅芳决胜中国第10章 国际市场促销策略第11章 国际市场定价策略第12章 国际市场网络营销第13章 国际市场营销管理主要参考文献教学课件索取单

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>