

<<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：9787309079609

10位ISBN编号：7309079604

出版时间：2011-4

出版时间：复旦大学出版社

作者：伊铭，李静 主编

页数：213

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>>

内容概要

国际市场营销学于20世纪60年代从基础市场营销学中分离出来，成为市场营销学的分支。随着经济全球化的发展，国际市场竞争日趋激烈，国际市场营销学越来越受到企业和社会的重视。伊铭，李静主编的这本《国际市场营销》以现代世界经济发展为背景，以国际市场为导向，对国际营销的理论与实践进行系统、深入的阐述，同时本书更侧重于国际市场营销的实务操作。

《国际市场营销》共九章，内容包括：国际市场营销导论、国际市场营销环境分析、国际市场营销信息系统与市场研究、消费者行为分析、国际市场营销策略(上)、国际市场营销策略(下)、国际营销管理、国际服务营销、国际技术市场营销等。

与一般教材不同的是，本书在每章都编写了一节相关知识的“实践指导”从实践任务、实践步骤、实践要求、实践内容、实践范例等方面作了全面部署，并在每章后面都附有案例、练习与思考。

同时，本书还在前沿研究部分收录了该学科当代最新的理论和观点，以及相关的统计资料和跨国公司案例。

通过本书的学习，对于提升学生的国际市场营销实践操作技能是极为有利的。

因此，本教材既适合各院校和各类培训的需要，也可以作为自学教材，供有兴趣于国际市场营销的人士自学。

<<国际市场营销>>

书籍目录

第一章国际市场营销导论

第一节国际市场营销概述

第二节国际市场营销学的产生与发展

第三节国际市场营销与国际贸易

第四节实践指导

前沿研究关系营销——21世纪营销的新趋势

案例奇瑞走向国际的独特道路

练习与思考

第二章国际市场营销环境分析

第一节国际市场营销的社会文化环境

第二节国际市场营销的政治法律环境

第三节国际市场营销的经济环境

第四节国际市场营销的科技环境

第五节实践指导

前沿研究绿色营销

案例数字化营销时代：实现消费者需求是创新之本

练习与思考

第三章国际市场营销信息系统与市场研究

第一节国际营销信息系统

第二节国际市场营销调研

第三节国际市场预测

第四节实践指导

前沿研究深度访问

案例Black and Tan广告有限公司

练习与思考

第四章消费者行为分析

第一节消费者行为分析概述

第二节最终消费者行为分析

第三节组织消费者行为分析

第四节实践指导

前沿研究现代西方消费行为理论综述

案例“聚件成套”显奇功

练习与思考

第五章国际市场营销策略（上）

第一节国际市场营销的产品策略

第二节国际市场营销的价格策略

第三节国际市场营销的分销渠道策略

第四节实践指导

前沿研究金融危机下中国企业的国际营销策略

案例“好孩子”不需要自己建网络

练习与思考

第六章国际市场营销策略（下）

第一节国际广告策略

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

<<国际市场营销>>

第四节国际公共关系策略

第五节实践指导

前沿研究“喷嚏营销”开启品牌探索新旅程

案例维珍集团

练习与思考

第七章国际营销管理

第一节国际企业营销组织

第二节国际企业营销计划

第三节国际企业营销控制

第四节国际物流管理

第五节实践指导

前沿研究全球营销

案例英荷壳牌

练习与思考

第八章国际服务营销

第一节国际服务营销概述

第二节国际服务营销战略

第三节国际服务营销策略

第四节实践指导

前沿研究员工角色理论

案例不是所有污渍都能洗掉——福奈特在中国

练习与思考

第九章国际技术市场营销

第一节国际技术市场概述

第二节国际技术经营形式

第三节国际技术转让的营销策略

第四节实践指导

前沿研究国际技术转让的特征与价格

案例技术支撑的力量

练习与思考

参考文献

编辑推荐

随着经济全球化的发展，国际市场竞争日趋激烈，国际市场营销学越来越受到企业和社会的重视。伊铭，李静主编的这本《国际市场营销》以现代世界经济发展为背景，以国际市场为导向，对国际营销的理论与实践进行系统、深入的阐述，同时本书更侧重于国际市场营销的实务操作。

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>