

<<国际市场进入与营销方法>>

图书基本信息

书名：<<国际市场进入与营销方法>>

13位ISBN编号：9787507822199

10位ISBN编号：7507822192

出版时间：2003-1

出版时间：中国国际广播出版社

作者：王兴智 编

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>

<<国际市场进入与营销方法>>

内容概要

进入国际市场有哪些具体方法和渠道呢？

本书介绍了各种行之有效的方法，并对进入的渠道作了详细的说明。

关于国际营销计划（方案或组合），本书在第三至第八章都有非常详细的论述，内容极富实用性和操作性。

最后一章，全面讲述了日本公司在上世纪五六十年代进入美国市场的经验，对目前与日本当年相似的我国公司进行国际营销极具启发，有志之士应认真研读！

本书的一个突出的特点是：介绍的国际营销方法非常具体实用，可操作性强；每章后都有“经典案例”供你研究分析；所介绍的基本理论都是国际公认的营销大师的权威观点。

<<国际市场进入与营销方法>>

书籍目录

第一章 你的公司要进入哪些国际市场 一、确定你的国际营销目标和策略 1. 国外销售额占公司多大比例 2. 在几个或多个国家销售 3. 中小公司也能打入国外市场 4. 打入哪一类市场：三强或弱市场 二、国际市场调查的七大内容 1. 进出口国的法规和选择 2. 市场状况 3. 影响需求的诸多因素 4. 竞争调查 5. 产品调研 6. 销售调研 7. 国际营销的文化和经济环境 三、国际市场调研九大方法 1. 访问法 2. 观察法 3. 个案研究法 4. 统计研究法 5. 实验性研究的资料搜集法 6. 投射法 7. 深度访问法 8. 市场分析研究模式 9. 预测对方的销售计划 四、国际营销计划及其审查和修改 1. 国际营销计划 2. 国际营销计划的审查和修改 「经典案例」索尼好开美国和欧洲市场的方法 第二章 成功打入国际市场的五种方式和通路 一、开发国际市场的五种方式 1. 间接出口 2. 直接出口 3. 许可证贸易 4. 合资企业 5. 直接投资 二、国际特许经营 1. 国际授权 2. 商标的授权使用 3. 加盟连锁经营 4. 通过中间商进入国际市场 三、寻找和管理优秀的出口中间商的方法 1. 寻找一位优秀的国际代理商 2. 必须进军国外市场 3. 选择一流的经销商 4. 找对经销商的四个方法 5. 对经销商资讯的审核 6. 与经销商签订合同 7. 管理经销商通路 四、国际营销渠道与物流 第三章 产品的全球标准化和适应化 第四章 新产品国际开发和营销的三种模式及六大步骤 第五章 国际价格决策 第六章 国外市场与顾客策略 第七章 国际营销中的公共策略 第八章 公司国际营销组织的建立和管理 第九章 国际广告 第十章 日本公司拓展美国市场的六大经验 附录 营销专业词汇英汉对照表

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>