

<<国际营销学教程>>

图书基本信息

书名：<<国际营销学教程>>

13位ISBN编号：9787810782678

10位ISBN编号：7810782673

出版时间：2003-9-1

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：张景智

页数：433

字数：357000

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>

<<国际营销学教程>>

内容概要

本书是以教材的体例编写的，全书共有13章。

第一章介绍了国际营销的一些基本概念以及企业从事国际营销的原因和方式；第二、三、四章分别分析了文化、经济、政治和法律等因素，使读者对国际营销的客观环境及其分析方法有所了解；第五章是国际营销调研，介绍了搜集、整理和分析国际营销信息的方法和技术；第六章是国际市场细分和目标营销，研究了划分、选择国际市场并相应地制定营销策略的过程；第七、八、九、十、十一、十二章研究的是国际营销组合决策，对国际营销中的产品、渠道、定价和促销等具体决策进行了详细的分析和探讨；第十三章对国际营销的计划、组织与控制等协调性因素进行了初步探讨。

本书的读者对象主要是那些已经学过营销学原理的学生和正在从事国际营销工作的企业管理人员和推销人员。

对于那些没有学过营销学原理而想直接学习国际营销学的读者来说，可以先从本书的附录——营销学基础学起。

附录以简洁的语言对营销学原理进行了浓缩。

通过学习附录，可以使读者快速地掌握营销学原理中的一些最基本的概念和方法，为进一步学习国际营销学打下基础、扫清障碍。

<<国际营销学教程>>

作者简介

张景智先生生于1987年毕业于对外经济贸易大学国际企业管理系国际营销学专业，获硕士学位，师从我国营销学前辈罗真崱教授。

毕业后留校任教。

1990年赴英国曼彻斯特商学院攻读MBA，毕业后任教于香港理工大学商学院，为本科及MBA班主讲营销管理和国际营销。

曾在内地、香港地区及

<<国际营销学教程>>

书籍目录

第一章 国际营销导论	第一节 国际营销的基本概念	第二节 企业从事国际营销的原因及方式 [案例分析] 惠而浦和全球电器行业	第二章 国际营销的文化环境	第一节 文化与国际营销	第二节 语言与教育	第三节 宗教与社会组织	第四节 美学观念和价值观念	第五节 文化适应与文化变迁 [案例分析] ESPN	第三章 国际营销的经济环境	第一节 市场规模	第二节 经济特性 [案例分析] 达玛尔国际公司	第四章 国际营销的政治和法律环境	第一节 政治环境	第二节 法律环境 [案例分析一] 耐克在东南亚 [案例分析二] 环境灾难的余波：联合卡百在布巴	第五章 国际营销调研与信息系统	第一节 营销调研的概念和程序	第二节 国际营销决策所需要的信息	第三节 案头调研	第四节 实地调研	第五节 国际营销调研的组织	第六节 国际营销信息系统 [案例分析] 冰岛的水	附录 重要二手资料来源及网址	第六章 国际市场细分与目标营销	第一节 国际市场细分的概念和意义	第二节 国际市场宏观细分	第三节 目标国家进入时机的选择	第四节 国际市场微观细分	第五节 目标营销 [案例分析] 戴姆勒·克莱斯勒集团公司	第七章 国际市场的进入方式	第一节 间接出口	第二节 直接出口	第三节 国外生产	第四节 进入国际市场方式的选择 [案例分析] 科提斯汽车液压升降机公司	第八章 国际产品决策	第一节 国际产品的设计策略	第二节 国际新产品的计划与开发	第三节 国际产品的其他主要决策 [案例分析] 水熊	第九章 国际分销渠道决策	第一节 整体渠道概念	第二节 国外分销渠道的现状与发展趋势	第三节 分销模式的设计	第四节 渠道成员的管理 [案例分析] 昆特葡萄酒厂	第十章 国际定价决策	第一节 影响国际定价的主要因素	第二节 企业定价的基本方法	第三节 出口定价决策	第四节 国际企业的定价策略 [案例分析] 湖木筷子出口	第十一章 国际促销决策——国际广告	第一节 国际广告的作用及其制约因素	第二节 国际广告信息决策	第三节 广告媒体的选择	第四节 国际广告的其他决策 [案例分析] 宜家	第十二章 国际促销决策——人员推销、营业推广及公共关系	第一节 人员推销	第二节 营业推广	第三节 公共关系	第四节 营销组合的促销作用 [案例分析] CBC公司的国际公关活动	第十三章 国际营销的计划、组织与控制	第一节 国际营销计划	第二节 国际营销组织	第三节 国际营销控制 [案例分析] 阿拉卡斯公司	附录 营销学基础	主要参考文献
------------	---------------	--------------------------------------	---------------	-------------	-----------	-------------	---------------	---------------------------	---------------	----------	-------------------------	------------------	----------	---	-----------------	----------------	------------------	----------	----------	---------------	--------------------------	----------------	-----------------	------------------	--------------	-----------------	--------------	------------------------------	---------------	----------	----------	----------	-------------------------------------	------------	---------------	-----------------	---------------------------	--------------	------------	--------------------	-------------	---------------------------	------------	-----------------	---------------	------------	-----------------------------	-------------------	-------------------	--------------	-------------	-------------------------	-----------------------------	----------	----------	----------	-----------------------------------	--------------------	------------	------------	--------------------------	----------	--------

<<国际营销学教程>>

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>