

<<《国际营销学》学习指导书>>

图书基本信息

书名：<<《国际营销学》学习指导书>>

13位ISBN编号：9787300097824

10位ISBN编号：7300097820

出版时间：2008-10

出版时间：中国人民大学出版社

作者：郭国庆 编

页数：180

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》学习指导书>>

内容概要

国际营销学是市场营销学的重要分支，是随着国际市场的形成和国际贸易的迅猛发展而建立、发展并完善起来的一门新兴学科。

它从微观角度研究一个企业如何运用科学的营销管理手段，进入国际市场，增强竞争能力，获得可持续发展。

国际营销和国内营销的主要区别在于其经营环境的复杂性。

在国际市场上，各国的政治制度、政策法规、经济发展水平、人口社会、文化道德等宏观因素均存在很大的差异，因而国际营销不是国内营销在市场空间上的简单延伸。

《国际营销学》一书自2008年5月出版以来，受到国内营销学同行的热烈欢迎和高度评价，已被90余所高校采用。

为了帮助广大本科生学好用好本教材，我们编写了这本《国际营销学 学习指导书》，每章设有学习目的、重要知识点、难点要点分析、知识链接、典型例题解析、同步综合练习、练习题参考答案等栏目。

<<《国际营销学》学习指导书>>

书籍目录

第1章 国际营销概论 学习目标 重要知识点 难点要点分析 知识链接 典型例题解析 同步综合练习 参考答案第2章 进入国际市场 学习目标 重要知识点 难点要点分析 知识链接 典型例题解析 同步综合练习 参考答案第3章 国际营销的经济环境 学习目标 重要知识点 难点要点分析 知识链接 典型例题解析 同步综合练习 参考答案第4章 国际营销的文化环境 学习目标 重要知识点 难点要点分析 知识链接 典型例题解析 同步综合练习 参考答案第5章 国际营销的政治环境 学习目标 重要知识点 难点要点分析 知识链接 典型例题解析 同步综合练习 参考答案第6章 国际营销的法律环境 学习目标 重要知识点 难点要点分析 知识链接 典型例题解析 同步综合练习 参考答案第7章 国际营销的战略思考 学习目标 重要知识点 难点要点分析 知识链接 典型例题解析 同步综合练习 参考答案第8章 国际营销的产品策略 学习目标 重要知识点 难点要点分析 知识链接 典型例题解析 同步综合练习 参考答案第9章 国际营销的渠道策略 学习目标 重要知识点 难点要点分析 知识链接 典型例题解析 同步综合练习 参考答案第10章 国际营销的价格策略 学习目标 重要知识点 难点要点分析 知识链接 典型例题解析 同步综合练习 参考答案第11章 国际营销的促销策略 学习目标 重要知识点 难点要点分析 知识链接 典型例题解析 同步综合练习 参考答案第12章 国际营销的计划、组织、执行与控制 学习目标 重要知识点 难点要点分析 知识链接 典型例题解析 同步综合练习 参考答案

<<《国际营销学》学习指导书>>

章节摘录

第1章 国际营销概论 学习目的 全球化是一种历史现象。它通过货物和产品、信息、知识和文化的交流将世界联系得更加紧密。迄今为止，全球化经历了三次浪潮，依次是：1870年至第一次世界大战开始；1950-1980年；1980年以来。

全球化的重要特征就是跨国公司的发展，跨国公司的发展迫切需要全球营销观念来指导公司的营销活动。

经济的全球化推动了国际贸易和跨国公司的发展，进而对国际营销形成了更大的推动力。

国际营销（international marketing），就是在全球化环境的约束条件下，协调营销活动，比国内外竞争者更好地寻找并满足全球消费者的需求。

这个定义强调了国际营销的五个方面：确定全球顾客的需求；满足全球顾客的需求；超越竞争对手；协调营销活动；确认全球环境限制因素。

国际营销的复杂性主要源于两个因素：全球化竞争和全球环境。

国际营销经理负有双重责任：国外营销（foreign marketing）（在本国以外的国家进行营销）和全球营销（global marketing）（在跨国市场中协调营销活动以面对全球竞争）。

因此，跨国营销、国外营销和全球营销之间也存在着显著的区别。

企业的国际营销观念经历了一个漫长的发展演变过程。

在这一过程中，曾先后出现六种观念：国内市场延伸观念、国际有限差异化观念、国际本土化观念、全球标准化观念、全球本土化观念、全球混合化观念。

学术界对国际营销学的研究始于20世纪初。

国际营销学的两位先驱是乔治·M·费斯克和西蒙·李特曼。

50年代末和60年代初，学术界开始运用已经较为成熟的营销理论来解释国际经济活动中的一些问题。

进入70年代以后，国际营销理论体系趋于成熟。

80年代中后期，在关国际营销环境、国际营销组合策略、国际营销与国际贸易的关系、国际营销学发展趋势等问题的论文著作在国内陆续问世。

……

<< 《国际营销学》学习指导书 >>

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>