

<<国际市场营销学(第6版)>>

图书基本信息

## <<国际市场营销学(第6版)>>

### 内容概要

本书由美国资深国际营销专家津科特和朗凯恩所著。

本书具有三个突出的特点：一是内容编排体现了国际营销从出口营销向全球营销发展的趋势，让读者更好地比较不同发展阶段的国际营销的特点，同时也便于使不同的企业接受。

二是案例资料特别丰富。

提供近30个案例讨论和近100份专栏资料，其中大多数也是微型案例。

三是特别重视利用网络。

本书提供了部分重要公司与组织机构的网址，以便读者上网进一步收集信息。

本书内容上乘，程度适中，非常具有可读性。

读者对象：本书适合国际企业高中级管理人员、国际商务人员阅读，也适合国际贸易、国际企业管理等专业的研究生和本科生阅读，并且可作为MBA教材。

<<国际市场营销学(第6版)>>

作者简介

迈克尔·津科特，任教于乔治敦大学研究生院和商学院的营销及国际商务系。  
华盛顿国际商备考诶研究基金会（FIBER）主席，被亚洲、澳洲、欧洲和美洲的许多大学聘为教授。

津科特博士做过美国商业部部长助理，负责宏观贸易分析、国际贸易谈判支持、国际金融、投资和货币政策

## &lt;&lt;国际市场营销学(第6版)&gt;&gt;

## 书籍目录

第1篇 国际市场营销环境 第1章 国际市场营销势在必行 1.1 什么是国际市场营销 1.2 世界贸易的重要性 1.3 国际市场营销的机会与挑战 1.4 本书的目标 本章小结 讨论题 附录A 营销学基础 附录B 市场营销的地理学分析 第2章 国际贸易组织及美国贸易政策 2.1 历史 2.2 影响世界贸易的国际组织 2.3 美国国际贸易的地位 2.4 贸易和投资对美国的影响 2.5 对贸易问题的政策反应 2.6 战略展望 本章小结 讨论题 附录 美国贸易促进协调委员会 附A 的成员 第3章 文化环境 3.1 文化的定义 3.2 文化因素 3.3 文化信息的来源 3.4 文化分析 3.5 训练方面的挑战 本章小结 讨论题 第4章 经济环境 4.1 经济环境的特征 4.2 经济环境对社会发展的冲击 4.3 地区经济一体化 本章小结 讨论题 第5章 金融环境 5.1 融资政策 5.2 融资风险的种类 5.3 融资来源 5.4 融资风险的管理 本章小结 讨论题 第6章 国际政治与法律环境 6.1 本国的政治和法律环境 6.2 东道国的政治与法律环境 6.3 国际环境 本章小结 讨论题 案例1-1 宜家在美国 案例1-2 世界汽车市场 案例1-3 香港：有前景还是没有前景 案例1-3 的市场 案例1-4 美国的烟草出口 案例1-5 象牙贸易的过去与未来 案例1-6 在美国国际贸易委员会的 案例1-3 一个讨论会 第2篇 国际市场营销的基本业务 第7章 国际市场调研 7.1 定义 7.2 国际市场调研与国内市场调研 7.3 认识调研的需要 7.4 调研的利益 7.5 确定调研的目标 7.6 确定所需的二手资料 7.7 一手调研的过程 7.8 国际信息系统 本章小结 讨论题 第8章 出口的进程 8.1 出口的动机 8.2 引发出口的因素 8.3 国际化的进程 8.4 国际化的阶段 8.5 企业战略和出口 本章小结 讨论题 第9章 出口中间商、许可经营和特许经营 9.1 出口中间商 9.2 许可经营和特许经营 9.3 许可经营 9.4 许可经营协议谈判应注意的 9.4 基本问题 9.5 特许经营 本章小结 讨论题 第10章 出口产品的调整 10.1 产品要素 10.2 市场特征 10.3 产品特征 10.4 公司的考虑因素 10.5 假冒产品 本章小结 讨论题 第11章 出口定价策略 11.1 价格的动力 11.2 出口价格的制定 11.3 销售术语 11.4 收付条款 11.5 调整汇率 11.6 价格谈判 11.7 租船 11.8 倾销 本章小结 讨论题 第12章 国际沟通 12.1 营销沟通过程 12.2 国际谈判 12.3 营销沟通策略 12.4 沟通工具 本章小结 讨论题 第13章 分销渠道和分销策略 13.1 渠道结构 13.2 渠道设计 13.3 中间商选择 13.4 渠道管理 13.5 电子商务 本章小结 讨论题 案例2-1 来自冰岛的水 案例2-2 Joemarin公司 案例2-3 光谱颜色系统公司 案例2-4 Lakewood公司 案例2-5 Otjiwarongo鳄鱼养殖场 案例2-6 Damar国际公司 第3篇 全球营销管理 第14章 全球战略规划 第15章 全球市场的拓展 第16章 全球产品及其品牌管理 第17章 全球服务营销 第18章 全球定价策略 第19章 物流和供应链管理 第20章 全球促销策略 第21章 国际市场营销组织、执行和控制 第4篇 国际市场营销的变化 第22章 对等贸易 第23章 新兴市场 第24章 国际市场营销的未来

<<国际市场营销学(第6版)>>

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>