

《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：9787565402500

10位ISBN编号：7565402508

出版时间：2011-1

出版社：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：李海琼

页数：239

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《国际市场营销》

内容概要

《国际市场营销》打破了以知识体系为线索的传统编写模式，转为以工作项目和工作任务为中心组织课程内容，以涉外企业国际市场营销活动为主线，按照突出职业能力培养，体现基于职业岗位分析和具体工作过程的课程设计理念，以国际市场营销相关业务操作为主体，注重高职高专学生的认知特点，让学生在完成具体项目的过程中来学习国际市场营销知识，提高国际市场营销职业能力，提升国际市场营销职业素养。在此基础上，《国际市场营销》把国际市场营销基本知识与基本技能划分为五大业务模块、十大工作项目和若干工作任务，每个项目基本上包括任务描述、任务目标、引导案例、工作任务、项目小结、活动设计(包括“应知训练”和“应会操练”)六项构成要素，书中还有大量的专栏、相关链接等特色栏目。

书籍目录

模块一 国际市场营销印象

项目一 国际市场营销认知

任务一 国际市场营销内涵解读

任务二 国际市场营销动因分析

任务三 国际市场营销观念变革

模块二 国际市场机会分析

项目二 国际市场营销环境分析

任务一 国际市场营销环境认知

任务二 国际市场营销人口与自然环境分析

任务三 国际市场营销政治与法律环境分析

任务四 国际市场营销经济环境分析

任务五 国际市场营销文化环境分析

项目三 国际市场营销调研

任务一 国际市场营销调研认知

任务二 国际市场营销调研实务

任务三 国际市场营销调研管理

模块三 国际市场营销战略规划

项目四 国际目标市场选择

任务一 国际市场细分

任务二 国际目标市场选择

任务三 国际目标市场定位

项目五 国际目标市场营销战略

任务一 国际目标市场进入战略

任务二 国际目标市场发展战略

任务三 国际目标市场竞争战略

模块四 国际市场营销策略制定

项目六 国际市场营销产品策略

任务一 国际市场产品认知

任务二 国际市场产品设计

任务三 国际市场产品组合

任务四 国际产品生命周期

任务五 国际市场新产品开发

任务六 国际市场品牌决策

项目七 国际市场营销定价策略

任务一 国际定价影响因素

任务二 国际市场定价方法

任务三 国际市场定价策略

项目八 国际市场营销分销策略

任务一 国际分销渠道设计

任务二 国际中间商选择

任务三 国际分销渠道决策

任务四 国际分销渠道管理

项目九 国际市场营销促销策略

任务一 国际市场促销认知

任务二 国际人员推销策略

任务三 国际广告促销策略

任务四 国际营业推广策略

《国际市场营销》

任务五 国际公共关系策略

模块五 国际市场营销管理

项目十 国际市场营销计划、组织与控制

任务一 国际市场营销计划

任务二 国际市场营销组织

任务三 国际市场营销控制

综合能力训练一

综合能力训练二

主要参考文献

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：www.tushu111.com