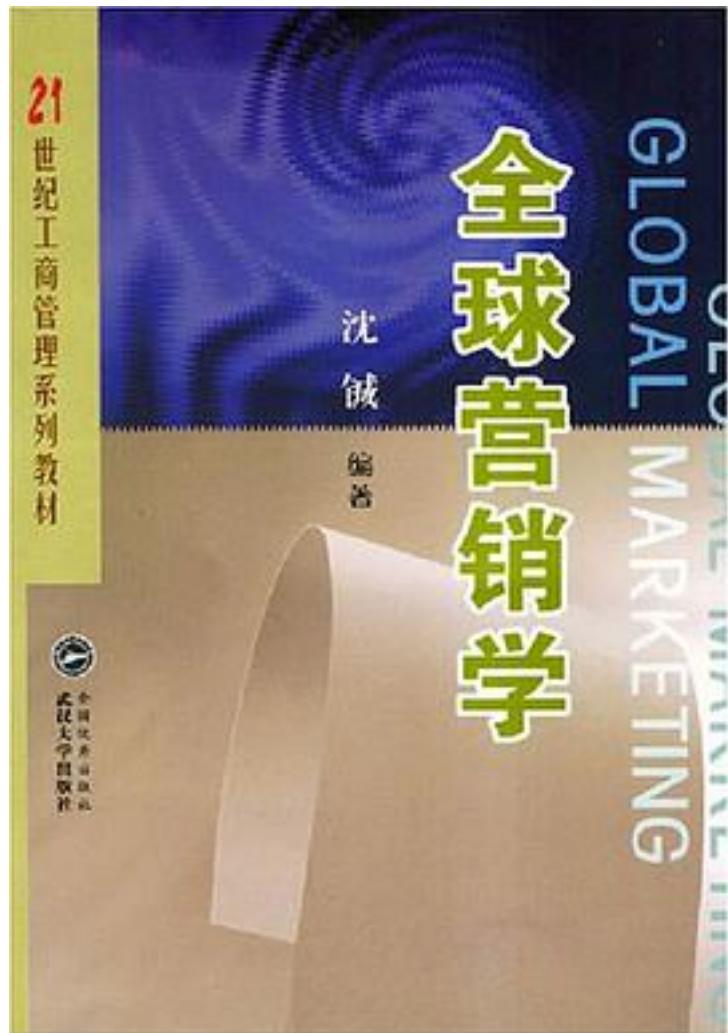


全球营销学



[全球营销学_下载链接1](#)

著者:沃伦·J·基坎等

出版者:中国人民大学出版社

出版时间:2005-9

装帧:

isbn:9787300067261

《全球营销学》（第4版）是一本在全球高校受到普遍欢迎的营销教材。第4版沿袭前三

版的框架，首先概括介绍由经济与金融、社会与文化、政治与法律等方面构成的全球商务环境，进而从环境和战略的角度讨论企业的全球策略和方式。通过介绍一整套先进的概述和分析工具，启迪和帮助学生在全球营销中把握成功创作和实施4P策略组合的途径。

第4版全面介绍全球营销领域内的前沿研究成果，如邹绍明和S·塔莫·卡沃斯基尔有关全球营销策略的新观点，大卫·阿诺德的新著《全球市场的幻境》有关全球市场细分和目标确定的研究。书中有20多是当今全球营销的鲜活实例，以及全球营销经理和行业专家们的大量经验之谈。

本书可作为市场营销、工商管理、企业管理专业本科生的双语教学用书，也可用做相关专业硕士研究生和从事国际营销的各类外向型企业和营销人员的专业参考书。

作者介绍：

目录: 前言

第1篇 概论

第1章 全球营销导论

案例1-1 麦当劳既向全球扩张，也调整各地门店的菜单

案例1-2 宏碁公司（上）

第2篇 全球营销环境

第2章 全球经济环境

案例2-1 越南的市场潜量

案例2-2 宏碁公司（下）

第3章 社会和文化环境

案例3-1 公司贸易下的咖啡：道德、宗教和可持续生产

案例3-2 芭比娃娃：走向全球的美国女孩

第4章 全球营销法律和监管环境

案例4-1 “百威”牌名之争

案例4-2 美国的古巴难题

第3篇 走近全球市场

第5章 全球信息系统和市场调查

案例5-1 调研协助惠普在全球市场行动当地化

第6章 市场细分、确定目标市场和市场定位

案例6-1 诺基亚细分全球手机市场

案例6-2 轿车制造商瞄准Y世代

第7章 全球市场进入策略——许可经营、投资及战略联盟

案例7-1 DHL全球包裹速递业务

案例7-2 哈里·波特

第4篇 全球营销组合

第8章 产品和品牌决策

案例8-1 波音对阵空客：天空之争

案例8-2 智能轿车

第9章 定价决策

案例9-1 艾滋病药品在新兴市场的定价决策

案例9-2 LVMH与奢侈品营销

第10章 全球分销渠道和物流决策

案例10-1 沃尔玛的全球扩张

案例10-2 射频识别技术的未来

第11章 全球营销沟通决策：广告与公共关系

案例11-1 贝纳集团：用全球广告呼唤品牌意识，激起争议

案例11-2 阿迪达斯-所罗门公司

案例11-3 在拉丁美洲营销工业品

第5篇 21世纪的全球营销战略

第12章 竞争优势的战略要素

案例12-1 21世纪的柯达公司：寻求竞争优势新来源

案例12-2 乐高公司

第13章 数字革命和全球电子市场

案例13-1 纳普斯特与全球音乐产业

· · · · · (收起)

[全球营销学 下载链接1](#)

标签

教科书

营销

经济管理

marketing

lib

教材

市场营销学

市场营销

评论

入门……幸亏开卷

哎呀……咱英文不好啊……

看得我累死了

花了两天的时间，把这本书算是扫了一遍。我累。

不要让我再见到Lily

7月3号考试！

很歇特的书~ ~

崩溃的教材啊，虽然内容还不错

大学的时候读的，当时读起来很痛苦的，全英文的，很厚的一本，参加工作三四年后再来读，真的受益匪浅。做营销或者跟市场有关的朋友可以读一下，而且建议是有相关工作经验再读，会有些不同的想法。

[全球营销学_下载链接1](#)

书评

[全球营销学_下载链接1](#)