
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Κεφάλαιο 1

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΕ ΕΝΑ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- 1.1 Η λειτουργία της επιχείρησης σε ένα Διεθνές περιβάλλον
- 1.2 Λήψη αποφάσεων στο Διεθνές γίνεσθαι
- 1.3 Επάνδρωση προσωπικού σε νέο περιβάλλον.....
- 1.4 Δόμηση πελατειακών σχέσεων στο Διεθνές περιβάλλον
- 1.5 Νέες οργανωσιακές δομές
- 1.6 Διαχείριση επικοινωνιών στην νέα εποχή.....

Κεφάλαιο 2

ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ MARKETING

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- 2.1 Προσανατολισμός της επιχείρησης στη φιλοσοφία του Διεθνούς Marketing
- 2.2 Ανταπόκριση στους νέους πελάτες
- 2.3 Καινοτομία και διεθνές marketing
- 2.4 Νέα θεώρηση της ηγεσίας

Κεφάλαιο 3

ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ MARKETING

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- 3.1 Το διεθνές πολιτικό περιβάλλον
- 3.2 Η επίδραση του εθνικού νομικού περιβάλλοντος στις διεθνείς δραστηριότητες της επιχείρησης.....

- 3.3 Το τοπικό και διεθνές οικονομικό περιβάλλον.....
- 3.4 Το τοπικό και διεθνές πολιτισμικό περιβάλλον.....
- 3.5 Η τοπική και διεθνής τεχνολογία.....
- 3.6 Τοπικά δημογραφικά χαρακτηριστικά και μεταβλητές
- 3.7 Το φυσικό περιβάλλον και η οικολογική συμπεριφορά

Κεφάλαιο 4

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

- ΕΙΣΑΓΩΓΗ**
- 4.1 Η έννοια της Παγκόσμιας αγοράς
 - 4.2 Έννοια και μεταβλητές τμηματοποίησης της αγοράς.....
 - 4.3 Κριτήρια τμηματοποίησης καταναλωτικής αγοράς
 - 4.4 Κριτήρια τμηματοποίησης βιομηχανικών αγορών
 - 4.5 Στρατηγικές Τμηματοποίησης
 - 4.6 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα τμηματοποίησης
 - 4.7 Μεταβλητές που λαμβάνονται υπόψη κατά την τμηματοποίηση στην διεθνή αγορά.....
 - 4.8 Τοποθέτηση (positioning) στρατηγικής τοποθέτησης

Κεφάλαιο 5

ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

- ΕΙΣΑΓΩΓΗ**
- 5.1 Έννοια της καταναλωτικής συμπεριφοράς
 - 5.2 Η συμπεριφορά του καταναλωτή με το Διεθνές Marketing
 - 5.3 Σχέση της συμπεριφοράς καταναλωτή με άλλες επιστήμες
 - 5.4 Ψυχολογικές ανάγκες
 - 5.5 Επιρροές στη συμπεριφορά του καταναλωτή
 - 5.6 Θεωρίες αλλαγής στάσεων στο διεθνές περιβάλλον
 - 5.7 Μέτρηση στάσεων
 - 5.8 Μοντέλα αγοραστικής συμπεριφοράς
 - 5.9 Στάδια διαδικασίας αγοραστικής απόφασης.....
 - 5.10 Διαδικτυακή καταναλωτική συμπεριφορά.....

Κεφάλαιο 6

ΕΡΕΥΝΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ MARKETING

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- 6.1 Η σπουδαιότητα της έρευνας αγοράς στο διεθνές marketing.....
- 6.2 Η φύση της έρευνας.....
- 6.3 Οι εφαρμογές της έρευνας
- 6.4 Πρωτογενής έρευνα
- 6.5 Ποσοτική έρευνα.....
- 6.6 Ποιοτική έρευνα
- 6.7 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου.....
- 6.8 Δευτερογενής έρευνα.....

Κεφάλαιο 7

ΜΕΙΓΜΑ ΔΙΕΘΝΟΥΣ MARKETING

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- 7.1 Έννοια του Μείγματος Διεθνούς Marketing
- 7.2 Προϊόν.....
- 7.3 Προώθηση.....
- 7.3 Τιμολόγηση
- 7.4 Διανομή

Κεφάλαιο 8

ΨΗΦΙΑΚΟ MARKETING

- 8.1 Νέες ευκαιρίες και αγορές μέσω του Internet
- 8.2 Οι υπηρεσίες του Internet
- 8.3 Τα πλεονεκτήματα του δικτύου
- 8.4 Πωλήσεις μέσω Internet.....
- 8.5 Τα χαρακτηριστικά ενός site
- 8.6 Προώθηση μέσω διαδικτύου της εταιρίας
- 8.7 Social Media και Διεθνές Marketing
- 8.8 Cloud Computing και Marketing