

## 三版序

這樣一本專業性的書，能夠在兩年之後再版，對於作者而言，不啻是最大的鼓勵，這顯示出當前有關國際行銷管理的各種課題，廣受各界重視。我們必須感謝在此期間學者專家及讀者們，對於本書二版所提出的若干寶貴意見。此次三版修正的重點除繼續針對國際行銷人才認證檢定的考試需要，參酌主辦與發照單位，中華民國外銷企業協進會所出版的《國際行銷 1000 題庫》，就其內容增修全書，並在部分篇章內容上加以修正外，同時新增國際行銷研究一章，並對應刪除消費者行為專章，全書目前共 14 章。此外，在各章中，因應國際行銷新趨勢，加入共創、群眾募資、授權揭露、名人背書、飢餓行銷、說故事行銷、即時動態、應對行為、臉書行動號召、Apps、新零售、電子商務營運、網路信任、衝動性購買等專題，並在各章對應內容進行增添、改寫或修改，以使論述層面則更為紮實完整。此次修訂也很感謝淡江大學國際企業系副教授曾忠蕙一起參與。最後，作者們祈望先進學者專家們繼續賜予指教，是幸。

陳澤義、曾忠蕙

識於台北