

《农产品市场营销理论与策略》

图书基本信息

书名：《农产品市场营销理论与策略》

13位ISBN编号：9787030429591

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.tushu000.com

《农产品市场营销理论与策略》

内容概要

农产品属于特殊产品，教材内容涉及农产品市场营销的基本规律、存在问题、主要技巧与方法等诸多方面，包括农产品市场营销的政策与规则体系、不同农产品的销售体系和市场运作体系等。本教材以农产品市场营销的基本规律和技能为切如点，在基本知识基础上构成农产品市场营销的实践操作体系。因此，本教材是一部以理论与操作体系相结合的教材。

书籍目录

第一章 导论

第一节 农产品

第二节 农产品特性

第三节 农产品市场营销

案例讨论

第二章 农产品市场营销环境

第一节 农产品市场营销环境的概念及特点

第二节 农产品市场营销的宏微观环境

第三节 农产品市场营销环境的分析方法

策略介绍

案例讨论

第三章 消费者购买行为

第一节 农产品消费者市场特点

第二节 消费者购买行为

策略介绍

案例讨论

第四章 农产品市场细分和定位

第一节 农产品市场细分

第二节 农产品目标市场选择

第三节 农产品市场定位

策略介绍

案例讨论

第五章 农产品产品策略

第一节 农产品与农产品组合

第二节 农产品市场生命周期与新产品开发

第三节 农产品品牌与包装

策略介绍

案例讨论

第六章 农产品定价

第一节 农产品价格的影响因素

第二节 农产品定价的目标与具体方法

第三节 农产品定价策略

策略介绍

案例讨论

第七章 农产品分销渠道设计

第一节 农产品分销渠道

第二节 农产品分销中间商

第三节 农产品分销渠道设计与

策略介绍

案例讨论

第八章 农产品促销

第一节 农产品促销与促销组合

第二节 农产品人员推销

第三节 农产品广告

第四节 农产品营业推广

第五节 农产品公共关系

策略介绍

《农产品市场营销理论与策略》

案例讨论

第九章 农产品国际营销

第一节 农产品国际营销的环境

第二节 农产品国际营销的策略

第三节 WTO与农产品国际营销

策略介绍

案例讨论

参考文献

《农产品市场营销理论与策略》

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.tushu000.com