

《农民如何走向市场》

图书基本信息

书名：《农民如何走向市场》

13位ISBN编号：9787109048973

10位ISBN编号：7109048977

出版时间：1998-02

出版社：中国农业出版社

作者：李兴稼,等

页数：190

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

书籍目录

目录

出版说明

前言

一、什么是社会主义市场经济

1.为什么要建立社会主义市场经济体制？

2.什么是社会主义市场经济体系？

3.在农村为什么要大力发展商品生产？

4.农民家庭经营与市场有何联系？

5.什么是价值规律？

6.国家如何对市场进行宏观调控？

二、农产品市场的一般特点和规律

7.什么是农产品市场？

8.农产品市场有什么特点？

9.农产品市场分为几类？

10.什么是农产品交易基础？

11.农产品供给有什么规律和特点？

12.农产品需求有什么规律和特点？

三、农产品批发市场

13.为什么要发展农产品批发市场？

14.批发市场有哪些交易方式？

15.批发市场应具备哪些要件？

16.国外农产品批发市场是怎样组织和运行的？

四、通过哪些途径走向市场

17.如何选择走向市场的途径？

18.通过农民合作经济组织走向市场有何好处？

19.如何通过合作经济组织走向市场？

20.如何通过专业技术协会走向市场？

21.目前我国农村专业技术协会有哪几种形式？

22.如何通过中介组织走向市场？

23.什么是农业产业化经营？

24.为什么说农业产业化经营是农民走向市场的重要途径？

五、利用信息是走向市场的关键

25.为什么说信息是市场经营的基础？

26.市场信息包括哪些内容？

27.如何收集来自消费者的信息？

28.走向市场应了解哪些政策信息？

29.什么叫市场行市？如何分析市场行市？

30.如何利用信息增强对市场的预见性？

31.经营者为什么不能单纯跟着市场走？

六、究竟走向哪个市场

32.市场是怎样分类的？

- 33.什么是市场细分？有何意义？
- 34.如何在细分市场中选择目标市场？
- 35.怎样针对目标市场选择竞争策略？
- 七、带着什么产品走向市场
- 36.如何根据目标市场需求确定产品？
- 37.怎样制定产品的质量标准和标准？
- 38.什么是可行性研究？它回答什么问题？
- 39.怎样选择产品的包装？
- 40.什么是商品品牌？它有何作用？
- 41.商标注册有何好处？
- 42.设计商标应注意什么问题？
- 八、怎样确定产品的销售价格和促销策略
- 43.市场竞争条件下的价格是怎样确定的？
- 44.如何利用价格进行竞争？
- 45.什么叫商品比价？什么叫农产品比价和工农产品比价？
- 46.怎样利用媒体传递销售信息？
- 47.推销产品时有哪些技巧？
- 48.如何分析顾客的购买心理？
- 49.什么是商品购买主体？怎样分析商品购买主体？
- 50.什么是顾客购买习惯？怎样分析顾客的购买习惯？
- 51.搞好产品售后服务应注意什么问题？
- 52.做商品广告有何意义？
- 53.怎样做广告？常用的广告媒体有哪些？
- 54.怎样利用包装做广告？
- 55.什么是商品定位广告？
- 九、如何认识市场管理
- 56.为什么国家要对市场进行管理？
- 57.政府部门对市场管理应坚持哪些原则？
- 58.市场管理有哪些内容？
- 59.国家对上市交易的商品有哪些规定？
- 60.政府哪些部门具有管理市场的职能？
- 十、怎样分析市场环境
- 61.市场环境包括哪些内容？
- 62.未来消费方式有哪些特点？
- 63.技术进步对农户经营有何种影响？
- 64.如何在变化的市场环境中寻找机会？
- 十一、农户经营中的经济核算
- 65.核算农产品生产成本有何意义？
- 66.怎样核算农产品的生产成本？
- 67.怎样核算农产品的销售费用和利润？
- 68.怎样建立家庭经营帐？
- 69.怎样根据利润目标选择经营项目？
- 十二、如何为走向市场筹措资金
- 70.怎样取得银行贷款？
- 71.怎样参加股份合作组织？
- 72.怎样利用租赁方式取得资金？

73. 办理融资性租赁业务有何程序？
74. 什么是合理的负债率？
75. 怎样测定合理资产负债率？
76. 怎样减少经营风险？
- 十三、进入市场应如何依法经营
77. 进入市场应当了解哪些交易准则？
78. 何为公平竞争？
79. 何为欺诈性交易行为？
80. 有不正当竞争行为者应承担何法律责任？
81. 何为不正当低价竞销行为？
82. 何为搭售商品或附加不合理条件行为？
83. 何为低毁竞争对手的行为？
84. 何为商业贿赂行为？
85. 什么是信誉？经营者为何必须珍视信誉？
86. 什么是农副产品购销合同？
87. 推销者与生产者如何订立产销合同？
88. 签订经济合同时为什么对自己要进行可行性研究？包括哪些内容？
89. 经济合同签订后，是否允许变更和解除？
90. 为保证经济合同的履行，是否可以要求对方提供担保？
91. 依合同法规定，供需双方应承担哪些责任？
92. 依质量法规，生产者应承担哪些义务？
93. 依质量法规，销售者应承担哪些义务？
94. 违反产品质量法，应承担哪些法律责任？
95. 依消费者权益保护法，经营者应承担哪些义务？
96. 经营者承担哪些法律责任？
97. 当合法权益受到侵害时，可以通过和解、调解的方式解决吗？
98. 当合法权益受到侵害时，可以通过仲裁方式解决吗？
99. 当合法权益受到侵害时，可以通过诉讼方式解决吗？
100. 当合法权益受到侵犯时，是否可以请求国家赔偿？
- 十四、如何走进国际农产品市场
101. 什么叫农产品国际市场？
102. 进入国际市场有哪几种渠道？
103. 间接出口有何优点和局限性？
104. 直接出口有何优点和缺点？
105. 采用国外生产进入国际市场的优点和缺点？
106. 如何选择进入国际市场的渠道？
107. 进入国际市场会遇到哪些风险？
108. 如何防范进入国际市场可能遇到的风险？
109. 进入国际市场需了解哪些信息？
110. 了解农产品国际市场信息有哪些方法？
111. 进入国际市场为何要寻求合作者？合作者有几种类型？

《农民如何走向市场》

- 112.选择进入国际农产品市场的合作者有哪些途径？
- 113.寻求国际农产品市场的合作者应注意什么问题？
- 114.如何提高农产品国际竞争力？
- 115.在国际营销中如何计算商品交易的价格？
- 116.如何评价和测算进出口商品贸易的经济效益？
- 117.在国际营销中怎样选择改变产品和广告组合策略？
- 118.怎样与外商洽谈出口业务？

《农民如何走向市场》

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