

# 《煤炭市场营销学》

## 图书基本信息

书名：《煤炭市场营销学》

13位ISBN编号：9787502011437

10位ISBN编号：7502011439

出版时间：1995-05

出版社：煤炭工业出版社

页数：378

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](http://www.tushu000.com)

# 《煤炭市场营销学》

## 内容概要

### 内容提要

本书结合我国煤炭生产、运输、销售、消费的特点，系统地阐述了市场营销学基础知识、煤炭市场研究、煤炭市场开拓、煤炭市场营销策略、煤炭交易实务等内容。其中，重点对煤炭市场（含国际市场）开拓，各种煤炭市场营销策略，煤炭交易操作与实务等进行了分析和论述。

本书可作为煤炭院校市场营销专业或相关专业的教材，也可供煤炭市场营销的理论工作者和实际工作者学习与参考。

## 书籍目录

### 目录

- 第一章 市场营销学概论
  - 第一节 市场营销学的产生和发展
  - 第二节 市场营销及必要性
  - 第三节 市场营销学的内容与方法
  - 第四节 市场营销的任务及管理
- 第二章 市场及市场经济体制
  - 第一节 市场及其特征
  - 第二节 市场的要素及功能
  - 第三节 市场的分类
  - 第四节 社会主义市场经济体制的形成
- 第三章 煤炭市场营销基本知识
  - 第一节 煤炭市场
  - 第二节 煤炭市场运行中的基本问题
  - 第三节 煤炭市场的分类及其结构
  - 第四节 煤炭市场营销的必要性及任务
- 第四章 煤炭市场供求因素分析
  - 第一节 煤炭市场供求主要影响因素
  - 第二节 煤炭市场供求规律
  - 第三节 煤炭市场竞争因素分析
- 第五章 煤炭市场调查与预测
  - 第一节 煤炭市场调查与预测的内容
  - 第二节 煤炭市场调研的程序与方法
  - 第三节 煤炭市场预测方法
  - 第四节 煤炭市场需求量预测
- 第六章 煤炭市场开拓策略
  - 第一节 市场开拓策略的分类
  - 第二节 煤炭产品用途与煤炭目标市场
  - 第三节 煤炭企业目标市场策略
  - 第四节 煤炭市场开拓中的产品策略
- 第七章 国际煤炭市场研究
  - 第一节 国际煤炭市场概述
  - 第二节 国际煤炭市场供求格局
  - 第三节 开拓国际煤炭市场的策略
- 第八章 煤炭市场营销决策
  - 第一节 煤炭市场营销决策概述
  - 第二节 决策方法
  - 第三节 煤炭市场营销决策的内容
- 第九章 煤炭产品价格策略
  - 第一节 煤炭产品价格概述
  - 第二节 煤炭产品价格的变迁
  - 第三节 煤炭产品定价方法和定价策略
  - 第四节 煤炭产品价格控制
- 第十章 煤炭产品质量策略
  - 第一节 煤炭产品质量概述
  - 第二节 煤炭质量策略及煤质控制
- 第十一章 煤炭产品销售策略

# 《煤炭市场营销学》

第一节 广告促销策略

第二节 人员推销策略

第三节 销售促进与管理

第十二章 煤炭市场交易实务及谈判

第一节 煤炭市场交易实务

第二节 煤炭市场交易谈判及技巧

第三节 我国煤炭交易市场简介

第十三章 煤炭产品营销合同与期货交易

第一节 煤炭产品营销合同

第二节 煤炭产品期货交易

附录一 常用燃料热值

附录二 各种能源折标准煤系数

附录三 中国煤炭分类与各国煤炭分类对照表

附录四 能当量

参考书目

# 《煤炭市场营销学》

## 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](http://www.tushu000.com)