

<<环境营销>>

图书基本信息

书名：<<环境营销>>

13位ISBN编号：9787111078364

10位ISBN编号：7111078365

出版时间：2000-04

出版时间：机械工业出版社

作者：王嗣俊 高红岩等译

译者：王嗣俊

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：<http://www.tushu007.com>

## <<环境营销>>

### 内容概要

该书涵盖了非常广泛的内容，从市场细分、产品战略、广告战略到分销战略，从微观到宏观都有涉猎。

该书还为我们了解环境营销、进行环境营销研究和教学提供了丰富翔实的资料。

该书集中收录了一些相关的研究成果和论文，这将激起学术界对“绿色营销”领域的许多问题更强烈的兴趣，并对这些问题进行更深入地探讨。

书中讨论的内容涉及理论和实证研究的许多方面，如消费者行为、管理和营销组合等。

书中精选的论文既有理论性较强的文章，也有操作性较强的文章，不同的读者都应该能从这本书上找到自己感兴趣的内容。

<<环境营销>>

作者简介

## &lt;&lt;环境营销&gt;&gt;

## 书籍目录

《华章企管学院丛书》出版说明

译者序

序言

前言

第一篇导论

第1章生态紧迫性与营销的作用

第二篇重新评价营销原则

第2章环境营销导向：一种新的经营哲学

第3章环境营销：架起消费文化和环保主义的桥梁

第4章基于线性等级思想的营销与实现营销价值观向包容环境转变的建议

第三篇环保型消费者的特征

第5章环保型消费者研究及其对制定鼓励环保行为的公共政策的启示

第6章德国新联盟州生态态度和生态行为的调查（1992）

第7章关心生态的消费者及其购买行为

第8章了解基本的态度变化过程及态度结构对促进环保行为的启示

第四篇绿色产品趋势

第9章绿色创新：产品管理的可持续发展

第五篇绿色广告

第10章净化绿色营销宣传：行动清单

第11章环保广告用语的分类标准及其对营销工作者和决策制定者的启示

第六篇逆向渠道体系

第12章回收利用垃圾的逆向渠道系统分类框架

第七篇绿色运动及其对有效营销战略的启示

第13章关心环境的公司行为：有效战略开发议程

第14章寻找绿色产品的细分市场

第八篇绿色战略与公共政策

第15章市场专家对绿色政策的自愿反应：类政治市场概念的应用

第九篇宏观营销背景下的绿色革命

第16章绿色营销与劝导

第十篇国际案例分析

第17章货物运输产业的环境问题

第十一篇尾声

第18章环境营销的未来：思想元素

<<环境营销>>

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:<http://www.tushu007.com>