

<<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

出版时间：煤炭工业出版社

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>

<<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。

<<煤炭市场营销学>>

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

<<煤炭市场营销学>>

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