

<<服装营销管理>>

图书基本信息

书名：<<服装营销管理>>

13位ISBN编号：9787506426688

10位ISBN编号：7506426684

出版时间：2004-1

出版时间：中国纺织出版社

作者：宁俊

页数：317

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>

<<服装营销管理>>

内容概要

《服装经营与管理核心教程：服装营销管理》系“服装经营与管理核心课教程”之一。

《服装经营与管理核心教程：服装营销管理》运用市场营销管理理论，结合服装行业的现状与发展，系统地分析了服装市场结构与行为模式，讲述了如何进行市场调查研究和选择营销机会并制定切实可行的市场营销战略等内容，对服装企业及服装院校管理专业师生了解新形势下服装市场营销理念并进行实际操作有很强的指导作用。

《服装经营与管理核心教程：服装营销管理》结构安排合理，重点突出，论述简洁明了，通俗易懂，适合服装管理专业师生、企业管理人员和营销人员阅读。

<<服装营销管理>>

书籍目录

第一篇 服装营销管理导论第一章 服装业概述第一节 我国服装工业的发展现状第二节 纺织品服装营销贸易现状第三节 服装业的发展趋势第二章 服装营销管理概述第一节 市场的基本内涵第二节 市场营销的内涵第三节 市场营销管理内涵第四节 市场营销观念的演变第二篇 市场结构与消费者行为分析第三章 市场营销环境第一节 营销环境概述第二节 微观环境第三节 宏观环境第四节 国际环境第四章 消费者市场与购买行为第一节 消费者市场与消费者行为模式第二节 影响消费者行为的主要因素第三节 消费者购买决策过程第五章 组织市场与购买行为第一节 组织市场的类型和特点第二节 生产者市场与购买行为第三节 中间商市场与购买行为第四节 非营利组织市场、政府市场与购买行为第三篇 市场调查与营销机会的选择第六章 服装市场与观测第一节 市场调查概述第二节 市场调查的内容和步骤第三节 市场调查方法第四节 服装市场需求测量和预测第七章 市场细分与目标市场选择第一节 市场细分第二节 目标市场选择战略第三节 市场定位策略第四篇 市场营销计划、组织与控制第八章 营销计划制定过程第九章 市场营销组织与控制第五篇 制定营销战略和营销策略第十章 竞争分析与竞争战略第十一章 服装产品策略第十二章 服装价格策略第十三章 渠道策略第十四章 促销策略参考资料

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>