第一图书网, tushu007.com

<<纺织服装营销学>>

图书基本信息

书名：<<纺织服装营销学>>

13位ISBN编号：9787506439039

10位ISBN编号：7506439034

出版时间：2006-7

出版时间：中国纺织出版社

作者：王金泉

页数：281

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

内容概要

《纺织服装营销学》运用市场营销的管理理念，结合大量安全，针对纺织服装行业的现状以及目前的形势和今后的发展，系统地分析了纺织服装的市场结构和特点，，讲述了纺织服装市场营销的基本理论。
从基本概念到如何使顾客，从市场计谋到市场调查再到营销环境的分析，从消费者市场到产业市场，从市场定位、细分到新产品的开发和定价。

<<纺织服装营销学>>

书籍目录

第一章 纺织服装市场营销概述第一节 纺织服装行业的特点第二节 纺织服装市场营销的概念第三节 市场营销概念在纺织服装行业的应用小结第二章 通过质量、服务和价值建立顾客满意第一节 顾客价值和满意第二节 吸引、保留和培养顾客第三节 纺织服装企业和全面质量营销小结第三章 纺织服装市场营销信息与市场调查第一节 营销信息系统的概念与组成第二节 纺织服装市场调查及分析小结第四章 纺织服装市场营销环境第一节 市场营销环境概述第二节 企业的微观环境第三节 企业的宏观环境小结第五章 纺织服装消费者市场与消费者购买行为分析第一节 消费者市场与消费者行为模式第二节 影响服装消费行为的因素第三节 购买决策过程小结第六章 纺织品产业市场购买行为第一节 产业市场的性质第二节 纺织品产业市场的构成和特点第三节 纺织品产业市场购买行业小结第七章 纺织服装市场竞争第一节 竞争对手分析第二节 竞争战略第三节 我国纺织服装业竞争的特点小结第八章 纺织服装市场细分、目标市场选择和产品定位第一节 市场细分第二节 消费者市场细分的依据第三节 选择目标市场第四节 产品市场定位小结第九章 纺织服装新产品的开发第十章 纺织与服装产品的生命周期第十一章 纺织服装产品、品牌与包装第十二章 纺织服装产品的定价第十三章 纺织服装零售、批发第十四章 纺织服装市场营销计划过程及实施第十五章 纺织服装的促销策略第十六章 纺织服装全球营销战略参考文献

第一图书网, tushu007.com

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