

<<饲料营销技术>>

图书基本信息

书名：<<饲料营销技术>>

13位ISBN编号：9787565506697

10位ISBN编号：7565506699

出版时间：2012-12

出版时间：中国农业大学出版社

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>

## <<饲料营销技术>>

### 内容概要

《国家示范骨干高职院校重点建设专业系列教材:饲料营销技术》以饲料营销为主线,按照项目导向、任务驱动的教学模式组织教学内容。

《国家示范骨干高职院校重点建设专业系列教材:饲料营销技术》分为市场营销认知、调查分析饲料市场环境、饲料市场细分与市场定位、饲料营销策略选择与实施、饲料购买客户的建立与服务等五个项目,共23个工作任务,每个工作任务包括:能力训练、案例、导读和练习题。

## &lt;&lt;饲料营销技术&gt;&gt;

## 书籍目录

绪论 项目一 市场营销认知 任务一 认识营销 一、能力训练 二、导读：现代营销 任务二 分析营销观念的演变 一、能力训练 二、导读：营销观念 任务三 营销礼仪 一、能力训练 二、导读：饲料营销员的培养与管理 项目二 调查分析饲料市场环境 任务一 总结饲料市场现状 一、能力训练 二、导读：资料查询方法 任务二 分析某饲料集团内部优劣势 一、能力训练 二、导读：饲料企业的环境分析——SWOT分析 任务三 分析市场——调查问卷 一、能力训练 二、导读：市场调查方法——市场问卷 任务四 拟定市场调查问卷 一、能力训练 二、导读：市场问卷 任务五 撰写调查报告 一、能力训练 二、导读：调查报告的撰写 项目三 饲料市场细分与市场定位 任务一 对饲料进行的分类 一、能力训练 二、导读：商品分类 任务二 细分饲料市场 一、能力训练 二、导读：市场细分 任务三 分析不同饲料特点 一、能力训练 二、导读：产品层次 任务四 市场定位并确定目标市场 一、能力训练 二、导读：市场定位 项目四 饲料营销策略选择与实施 任务一 命名饲料产品，并拟广告词 一、能力训练 二、导读：广告策略 任务二 打造命名饲料产品品牌 一、能力训练 二、导读：品牌策略 任务三 选择媒介宣传饲料产品 一、能力训练 二、导读：媒介宣传 任务四 分析产品线 一、能力训练 二、导读：产品组合 任务五 拟定产品价格 一、能力训练 二、导读：价格策略 任务六 拟定产品销售渠道 一、能力训练 二、导读：销售渠道 任务七 设计某饲料集团公司一种产品的促销方案并实施 一、能力训练 二、导读：产品促销 任务八 设计某饲料集团公司三种产品的营销策划书 一、能力训练 二、导读：营销策划书 项目五 饲料购买客户的建立与服务 任务一 熟悉你的客户 一、能力训练 二、导读：客户服务 任务二 学会为客户服务的艺术 一、能力训练 二、导读：客户开发 任务三 管理好你的客户 一、能力训练 二、导读：中间商管理 窜货管理 参考文献

## 章节摘录

版权页：插图：二、导读：调查报告的撰写 调查报告，就是根据市场调查、收集、记录、整理和分析市场对商品的需求状况以及与此有关的资料的文书。

换句话说就是用社会主义市场经济规律去分析，进行深入细致的调查研究，透过市场现状，揭示市场运行的规律、本质。

1. 市场调查报告的特征 市场调查报告是经济调查报告的一个重要种类，它是科学的方法对市场的供求关系、购销状况以及消费情况等进行深入细致地调查研究后所写成的书面报告。

其作用在于帮助企业了解掌握市场的现状和趋势，增强企业在市场经济大潮中的应变能力和竞争能力，从而有效地促进经营管理水平的提高。

市场调查报告可以从不同角度进行分类。

按其所涉及内容含量的多少，可以分为综合性市场调查报告和专题性市场调查报告；按调查对象的不同，分为关于市场供求情况的市场调查报告、关于产品情况的市场调查报告、关于消费者情况的市场调查报告、关于销售情况的市场调查报告以及有关市场竞争情况的市场调查报告；按表述手法的不同，可分为陈述型市场调查报告和分析型市场调查报告。

与普通调查报告相比，市场调查报告无论从材料的形成还是结构布局方面都存在着明显的共性特征，但它比普通调查报告在内容上更为集中，也更具专门性。

2. 市场调查报告的格式与写法 市场调查报告的内容结构一般由以下几部分组成：（1）市场调查报告的标题。

标题是市场调查报告的题目，一般有两种构成形式：市场调查报告标题——公文式标题，即由调查对象和内容、文种名称组成，例如《关于2002年全省农村服装销售情况的调查报告》。

值得注意的是，实践中常将市场调查报告简化为“调查”，也是可以的。

市场调查报告标题——文章式标题，即用概括的语言形式直接交待调查的内容或主题，例如《全省城镇居民潜在购买力动向》。

实践中，这种类型市场调查报告的标题多采用双题（正副题）的结构形式，更为引人注目，富有吸引力。

例如《竞争在今天，希望在明天——全国洗衣机用户问卷调查分析报告》、《市场在哪里——天津地区三峰轻型客车用户调查》等。

（2）市场调查报告的引言。

引言又称导语，是市场调查报告正文的前置部分，要写得简明扼要，精炼概括。

一般应交待出调查的目的、时间、地点、对象与范围、方法与调查者自身相关的情况，也可概括市场调查报告的基本观点或结论，以便使读者对全文内容、意义等获得初步了解。

然后用过渡句承上启下，引出主体部分。

例如一篇题为《关于全市2002年电暖器市场的调查》的市场调查报告，其引言部分写为：“XX市北方调查策划事务所受××委托，于2003年3月至4月在国内部分省市进行了一次电暖器市场调查。

现将调查研究情况汇报如下”。

用简要文字交待出了调查的主体身份，调查的时间、对象和范围等要素，并用一过渡句开启下文，写得合乎规范。

这部分文字务求精要，切忌啰嗦芜杂；视具体情况，有时亦可省略这一部分，以使行文更趋简洁。

<<饲料营销技术>>

编辑推荐

《国家示范骨干高职院校重点建设专业系列教材:饲料营销技术》突出了饲料行业的特色和专业特色,具有很强的可操作性,能够较好地提高学生的语言表达能力、活动能力、分析问题与解决问题的能力。

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>