

图书基本信息

书名：<<农产品营销/四川省出版工作者协会高校出版社工作委员会农家书屋系列丛书>>

13位ISBN编号：9787811049213

10位ISBN编号：781104921X

出版时间：2008-12

出版时间：西南交大

作者：晏志谦

页数：175

字数：150000

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

本书是为农民朋友和农业企业经营者编写的简明知识读本。

本书深入浅出地介绍了农民朋友应如何认识市场，选择市场，如何运用市场营销组合策略等基本营销知识，旨在为农民朋友和农业企业经营者做好农产品的营销工作提供指导和帮助。

书籍目录

第一章 树立现代营销观念

- 一、什么是市场营销
- 二、市场营销观念
- 三、树立现代营销观念
- 四、农产品市场营销的特点
- 五、农产品营销的新发展

第二章 掌握市场基本知识

- 一、什么是市场
- 二、市场的一般特征
- 三、市场运行的主要规则
- 四、农产品市场的特点
- 五、农产品市场的分类

第三章 注重农产品市场调查与预测

- 一、掌握农产品信息的重要性
- 二、农产品市场信息
- 三、做好农产品的市场调查
- 四、做好市场预测

第四章 了解消费者购买行为

- 一、消费者购买决策过程
- 二、影响购买决策的因素
- 三、购买行为的类型
- 四、消费者的购买习惯

第五章 做好农产品营销的市场选择

- 一、市场细分
- 二、目标市场
- 三、市场定位
- 四、选择农产品目标市场需走出“多数谬误”误区

第六章 选择好农产品销售的方式

- 一、农产品直接销售
- 二、农产品间接销售
- 三、农产品销售的其他方式

第七章 运用农产品策略

- 一、树立农产品的整体概念
- 二、农产品策略
- 三、农产品包装

第八章 运用价格策略

- 一、农产品定价的依据
- 二、农产品定价时主要考虑的因素
- 三、定价方法
- 四、农产品价格策略

第九章 运用渠道策略

- 一、营销渠道基本知识
- 二、农产品营销渠道
- 三、选择农产品营销渠道应考虑的因素
- 四、农产品营销渠道的选择策略

第十章 农产品促销策略

- 一、什么是促销
- 二、促销的作用
- 三、促销的类型
- 四、人员推销与农产品促销
- 五、广告与农产品促销
- 六、营业推广与农产品促销
- 七、公共关系与农产品促销

第十一章 农产品国际营销

- 一、什么是农产品国际营销
- 二、农产品国际营销的环境
- 三、进入国际市场的方式
- 四、提高农产品的国际竞争力
- 五、WTO与国际农产品营销

参考文献

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>