

<<农产品营销学>>

图书基本信息

书名：<<农产品营销学>>

13位ISBN编号：9787109119178

10位ISBN编号：7109119173

出版时间：2007-8

出版时间：中国农业出版社

作者：过建春

页数：385

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>

<<农产品营销学>>

内容概要

《全国高等农林院校“十一五”规划教材：农产品营销学》尽可能吸收国际、国内农产品营销学理论与实践的最新成果，注意将国内外市场营销学的最新理论运用于农产品营销领域，并根据农产品营销的特点和规律发展农产品营销理论。

全书共分13章，内容包括：农产品市场特征及变化趋势、农产品营销环境、农产品的消费者行为特征、农产品市场细分与目标市场、农产品营销的产品策略、农产品营销定价策略、农产品营销的渠道策略、农产品营销的促销策略、农产品绿色营销、农产品电子商务、农产品物流管理、农产品国际营销。

<<农产品营销学>>

书籍目录

前言第一章 导论第二章 农产品市场特征及变化趋势第三章 农产品营销环境第四章 农产品的消费者行为特征第五章 农产品市场细分与目标市场第六章 农产品营销的产品策略第七章 农产品营销定价策略第八章 农产品营销的渠道策略第九章 农产品营销的促销策略第十章 农产品绿色营销第十一章 农产品电子商务第十二章 农产品物流管理第十三章 农产品国际营销附录1 农业产业组织创新与农产品营销附录2 市场营销学常用词汇英汉对照及解释主要参考文献

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>