

<<服装市场营销>>

图书基本信息

书名：<<服装市场营销>>

13位ISBN编号：9787542817709

10位ISBN编号：7542817701

出版时间：1999-06

出版时间：上海科技教育出版社

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>

<<服装市场营销>>

书籍目录

- 目录
- 绪论
- 第一章 服装市场概述
 - 第一节 市场的概念
 - 第二节 服装市场的构成与组织形式
 - 第三节 服装市场分析
 - 第四节 服装市场营销分析
 - 第五节 服装市场竞争研究
- 第二章 服装消费行为分析
 - 第一节 服装消费者行为特征
 - 第二节 服装消费者购买行为分析
 - 第三节 影响消费者购买行为的因素
 - 第四节 服装消费者权益
- 第三章 服装产品的分类与产品开发
 - 第一节 服装产品的分类与流行风格
 - 第二节 服装产品的品牌意识
 - 第三节 服装产品生命周期的分析与研究
 - 第四节 服装新产品设计与销售
 - 第五节 服装市场营销效益
- 第四章 服装市场营销调研
 - 第一节 市场调研的意义与目的
 - 第二节 市场营销调研的步骤
 - 第三节 市场营销调研的方法
 - 第四节 市场营销调研技术
 - 第五节 服装市场营销预测
 - 第六节 服装市场营销信息系统
- 第五章 服装产品价格研究
 - 第一节 服装产品价格概况
 - 第二节 影响服装价格的因素
 - 第三节 服装产品定价政策和策略
 - 第四节 服装产品价格的调整
- 第六章 服装市场销售的渠道与管理
 - 第一节 服装销售渠道
 - 第二节 服装市场营销模式与管理
- 第七章 服装市场促销策略
 - 第一节 促销概述
 - 第二节 人员推销
 - 第三节 广告促销
 - 第四节 公共关系促销
 - 第五节 营销推广促销
- 第八章 服装的营销组织与营销控制
 - 第一节 服装的营销组织
 - 第二节 营销组织的组织方法
 - 第三节 营销控制
 - 第四节 营销控制的类型及方法

<<服装市场营销>>

第九章 服装国际市场营销

第一节 开拓国际市场的战略意义

第二节 服装国际市场营销的特点和环境

第三节 国际市场进入方式

第四节 国际市场营销策略

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>