第一图书网, tushu007.com

<<农业市场经营与农业企业管理>>

图书基本信息

书名：<<农业市场经营与农业企业管理>>

13位ISBN编号：9787811028669

10位ISBN编号：7811028662

出版时间：2010-9

出版时间：东北大学出版社有限公司

作者：周静，马彦令　主编

页数：355

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

第一图书网, tushu007.com

<<农业市场经营与农业企业管理>>

内容概要

本教材区五篇，系统地阐述了农产品市场营销、农业组织管理、农村金融、农民专业合作社会计、相关案例等涉及“三农”领域的经济与管理的基础知识。
本教材的突出特点是：采用基本理论和案例分析相结合的写作原则，面向当前农业和农村实际，突出时代性、创新性、实用性，通俗易懂。
该教材是辽宁省农民技术员培养工程使用教材，也可供广大农业技术人员、管理工作者和农林水产院校师生及有关科技人员参考。

第一图书网, tushu007.com

<<农业市场经营与农业企业管理>>

书籍目录

第一篇 农产品市场营销　第一章　农产品市场营销导论　第一节　农产品市场营销的含义、特点与基本职能　第二节　农产品市场营销观念的形成和发展　第三节　我国农产品市场营销的发展历程　第二章　农产品市场分析与选择策略　第一节　农产品市场与市场竞争　第二节　农产品目标市场策略　第三节　农产品市场定位　第三章　农产品营销的产品策略　第一节　农产品整体概念　第二节　农产品组合与评价　第三节　农产品市场生命周期理论　第四节　新产品开发与创新　第四章　农产品营销的价格策略　第一节　农产品定价目标与定价程序　第二节　农产品定价依据与定价方法　第三节　农产品价格策略　第五章　农产品营销的渠道策略　第一节　农产品营销渠道模式　第二节　农产品批发　第三节　农产品零售　第四节　农业中介组织与中介人　第五节　农产品超市　……第二篇　农业组织管理第三篇　农村金融第四篇　农民专业合作社会计第五篇　案例参考文献

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

增加农产品产量以缓解供求矛盾是改革初期的主要任务。
20世纪80年代初，在联产承包责任制和提高农产品价格的双重刺激下，农民的生产积极性提高。
大量生产有一个假定前提，即假定市场需求是相同的，即使存在差异也认为是微不足道的，或根本看不到需求的差异性。
对于粮食等同质性很高的农产品来说，这种假定也是基本符合改革开放初期消费需求的实际情况的。
因此大量生产成为这一时期农民生产经营行为的主要特征。
但品种单调和低品质的大量生产本身已隐藏着“卖难”的可能性。
“卖难”问题首先出现在粮食领域，1983-1984年就出现了“卖粮难”现象。
但由于当时粮食市场尚未放开，仍由政府垄断粮食的收购与销售，政府采取扩大收购的对策；加之粮食是一种兼有自给性和商品性双重属性的产品，粮食难卖时农户会多存储一些或多消费一些。
因此，当时没有造成农民粮食的大量推销现象的出现，但没有消除导致“卖粮难”和大量推销的根源。
相反，政府几次提高粮食收购价格给农民一个错误信息：粮食只要生产出来，就能卖出去，粮食的需求差异被掩盖。
到1997年，终于出现粮多仓满，盛不了、卖不出、调不动、存不下的局面。
对于大多数由市场调节的农产品而言，大量推销现象在20世纪80年代中期就已出现。
南方柑橘是当时大量推销的典型。
如湖南20世纪60_70年代从浙江引种的无核蜜橘，到80年代中期已进入盛果期。
过去是橘农坐在家里等人收购，当时是柑橘丰收却卖不出，于是派人到华北、东北等地大力推销，但由于品质一般，且受运输条件的限制，收效也不理想。
这一时期，市场营销理论已引入我国，但从根本上来说，营销观念仍停留在产品观念或推销观念阶段。
三、从大量推销向现代化营销转变时期（20世纪90年代末以来）　　20世纪90年代末期以来，随着城乡居民收入水平的进一步提高，消费需求也在发生新的变化。
消费者在选购食品方面，越来越注重食品的特色、营养成分、安全卫生性和易加工性；在购买地点上，由于生活节奏的加快，消费者更倾向于在节省时间、方便的场所购买；在消费倾向方面，品牌消费意识逐渐形成。

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