

<<绿色营销模式演进与绿色经济发展>>

图书基本信息

书名：<<绿色营销模式演进与绿色经济发展>>

13位ISBN编号：9787030304810

10位ISBN编号：7030304810

出版时间：2011-4

出版时间：科学出版社

作者：徐大佑

页数：200

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>

<<绿色营销模式演进与绿色经济发展>>

内容概要

绿色营销是21世纪企业营销模式发展的一种必然趋势，是落实科学发展观、实现社会经济可持续发展对企业营销行为提出的一种客观要求。

本书在借鉴已有研究成果的基础上对绿色营销模式的基本类型和演进特征进行了系统的分析，并对绿色营销模式演进中的动力系统进行了研究，揭示了像贵州这样经济欠发达地区绿色营销模式演进的特点及其规律性。

本书坚持了定性分析与定量分析相结合、规范研究和实证研究相结合的原则。

绿色营销动力系统的结构、内在联系和功能分析以及绿色营销模式的比较研究?重定性分析；消费者绿色需求的特点、行业和地区绿色营销模式的差异则以实行定量分析为主。

绿色营销模式的特征、流程、动力系统及其工作原理以规范分析为主；贵州市场绿色营销主体的特点、绿色产业发展现状等问题则以实证研究为主。

本书对大中型企业营销人员、政府经济管理部门人员及高等学校从事市场营销理论研究和教学的师生都具有一定的参考价值。

书籍目录

第1章 绿色营销与绿色经济的产生与发展

- 1.1 研究绿色营销与绿色经济的意义
- 1.2 绿色营销的产生与发展
- 1.3 绿色营销与绿色经济发展的动力系统
- 1.4 绿色营销与绿色经济发展关系
- 1.5 绿色产业与绿色经济的关系
- 1.6 本书的研究架构和研究方法

第2章 绿色营销的理论基础

- 2.1 绿色营销的经济学基础
- 2.2 绿色营销的营销学基础
- 2.3 绿色营销的生态经济学基础
- 2.4 绿色营销的环境经济学基础
- 2.5 绿色营销的循环经济基础
- 2.6 绿色营销的环境伦理学基础

第3章 企业绿色营销模式研究

- 3.1 营销模式的含义与作用
- 3.2 绿色营销的性质
- 3.3 绿色营销的基本特征
- 3.4 绿色营销基本流程
- 3.5 绿色营销模式划分与比较
- 3.6 绿色营销模式演进的规律性

第4章 绿色营销动力系统的工作机理与建设途径

- 4.1 系统的含义与特征
- 4.2 系统动力学对研究企业动力系统的启示
- 4.3 绿色营销动力系统的内容与基本特征
- 4.4 绿色营销动力系统工作机理
- 4.5 企业绿色营销动力系统的建设
- 4.6 消费者绿色营销动力系统的建设
- 4.7 政府绿色营销动力系统的建设
- 4.8 NGO绿色营销动力系统的建设

第5章 贵州市场绿色营销模式的现状与差异性研究

- 5.1 贵州企业开展绿色营销的总体情况调查
- 5.2 贵州企业绿色营销的地区差异性分析
- 5.3 贵州企业绿色营销的行业差异性分析
- 5.4 贵州市场消费者绿色需求的总体情况调查
- 5.5 消费者对绿色营销要素的相关性与差异性分析
- 5.6 贵州省县两级政府对发展绿色经济态度与行为的差异性分析

第6章 贵州绿色产业和绿色经济发展的对策

- 6.1 贵州绿色产业发展的现状与问题
- 6.2 贵州企业的绿色营销对绿色产业发展的带动作用分析——以食品行业为例
- 6.3 贵州绿色产业发展的对策
- 6.4 贵州绿色经济发展的现状
- 6.5 贵州绿色经济发展的基本战略

参考文献

附录

后记

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>