

<<图书市场营销>>

图书基本信息

书名：<<图书市场营销>>

13位ISBN编号：9787302097471

10位ISBN编号：730209747X

出版时间：2004-11-1

出版时间：清华大学出版社

作者：吴秋琴,李琛

页数：246

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>

<<图书市场营销>>

内容概要

营销前沿系列。

本书全面描述了包括营销环境分析、读者行为分析、市场调查、市场营销战略、目标市场选择、市场营销组合以及市场营销计划、组织和控制等整个图书营销过程；并特别介绍了图书市场细分和定位、图书营销战略、图书零售商决策以及多种图书促销方法。

同时在编写本书的过程中，选择了来自国内外书业界大量的数据、例子和案例来阐明实际图书营销中的原理。

本书的阅读对象主要是从事图书出版发行工作的专业人士，图书出版发行专业的学者和学生。

书籍目录

总序前言第1章 图书市场营销的发展和演变第2章 图书营销环境第3章 读者购买行为分析第4章 图书市场调研与预测第5章 图书市场营销战略规划第6章 图书营销的总体设计第7章 设计适销的图书产品第8章 制定合适的图书价格第9章 建设便捷的图书营销渠道第10章 整合有效的图书促销宣传第11章 图书市场营销活动管理

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>