

<<农产品市场营销>>

图书基本信息

书名：<<农产品市场营销>>

13位ISBN编号：9787564313548

10位ISBN编号：7564313544

出版时间：2011-8

出版时间：西南交通大学出版社

作者：汪腾

页数：234

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>

## <<农产品市场营销>>

### 内容概要

《农产品市场营销》具有如下特点： 前瞻性。

《农产品市场营销》力图反映国内外研究的最新成果，引入了价值链、绿色营销等本学科发展的前沿理论，并将其融入到相关的传统理论之中，对一些传统理论进行了创新性描述和发展。

应用性。

农产品营销从始至终都是以建立顾客忠诚为核心，以满足顾客需求、实现顾客满意为主线，将建立顾客忠诚贯穿于营销活动的全过程，很好地体现了“谁拥有顾客，谁就拥有了市场发言权”的现代市场竞争观。

较强的社会实践性。

现代高等教育越来越重视素质教育与能力教育，编者是在教学一线长期从事市场营销专业教学的骨干教师，有着长期在企业培训的经历和丰富的社会实践经验。

所以，《农产品市场营销》内容紧密结合农产品市场营销活动的实践，同时，书中还附有相关的营销实践案例，这些对我国的营销实践都具有较强的指导意义。

全书内容丰富，资料翔实，理论与实践结合紧密，实用性强，既可作为农业生产经营一线专业农产、基层农业、畜牧技术与管理人员和农民专业合作社等的培训教材，又可作为高等院校市场营销专业、农业经济管理专业和土地经营管理专业和农业职业院校相关专业师生等学习参考的教材，也适合作为政府部门工作人员、农业企业人员、实际工作者的自学用书。

## <<农产品市场营销>>

### 作者简介

汪腾，男，汉族，1971年生，四川营山人，中共党员。  
管理学副教授，农业推广硕士。  
西昌学院2008、2009、2010年学术带头人后备人选。  
1996年毕业于四川农业大学，获经济学学士学位。  
2006—2009年在四川农业大学在职读研并获得农业推广硕士学位。  
长期从事民族地区经济管理的教学、专题培训和研究工作。  
先后主讲“管理学原理”“市场营销学”“市场营销策划”“消费者行为学”“企业战略管理”等课程。  
近年来，独立主持省级课题1项，主研省级课题5项，成都市级课题1项、州级课题2项；正式出版专著、教材5本（其中专著1本，教材副主编2本，参编2本）；在《农村经济》《销售与市场》《中国商贸》《商业经济文荟》等国家级、省级学术期刊公开发表学术论文26篇（其中全国中文核心期刊12篇）；获得州政府和学院优秀教学、科研成果二、三等奖共5项。  
主要研究方向为市场营销学、市场营销策划、企业战略管理等。

## <<农产品市场营销>>

### 书籍目录

第一章 农产品营销概论第一节 市场与市场营销基本知识第二节 农产品市场营销的内涵与特征第三节 农产品市场营销观念的演变第四节 农产品绿色营销第二章 农产品自然属性与市场特点第一节 农产品的产销特性及营销要点第二节 粮油营销第三节 肉禽蛋及水产品营销第四节 水果与蔬菜营销第五节 烟草、茶叶及其他农产品营销第六节 主要农产品市场特点第三章 农产品市场分析第一节 农产品市场环境分析第二节 农产品市场需求调查和预测第三节 农产品市场细分与目标市场选择第四节 农民怎样走向市场第四章 农产品营销的产品策略第一节 农产品与农产品生命周期第二节 农产品品牌决策第三节 农产品包装决策第四节 产品策略在农产品营销中的应用第五章 农产品定价第一节 农产品定价目标和程序第二节 影响农产品定价的因素第三节 农产品的定价方法第四节 农产品定价策略第五节 掌握农产品定价技巧第六章 农产品分销渠道第一节 农产品分销渠道概述第二节 农产品批发与零售第三节 农产品营销渠道的设计与管理第七章 农产品促销第一节 农产品促销与促销方式第二节 农产品广告促销策略第三节 农产品人员推销第四节 农产品的其他促销方式第八章 农产品国际贸易第一节 国际贸易概念与分类第二节 国际贸易政策措施第三节 农产品国际贸易历史第四节 农产品国际贸易机制第九章 农产品国际市场营销第一节 农产品国际营销环境分析第二节 农产品国际市场分析<sup>与进入</sup>第三节 提高农产品国际竞争力第四节 农产品国际市场营销策略案例链接参考文献后记

<<农产品市场营销>>

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>