

<<农产品市场营销基本知识>>

图书基本信息

书名：<<农产品市场营销基本知识>>

13位ISBN编号：9787109114340

10位ISBN编号：7109114341

出版时间：2007-1

出版时间：中国农业

作者：陶益清

页数：181

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>

## <<农产品市场营销基本知识>>

### 内容概要

《建设社会主义新农村书系：农产品市场营销基本知识》紧紧围绕建设社会主义新农村的内涵，在内容上，分农业生产新技术、新型农民培训、乡村民主管理、农村政策法律、农村能源环境、农业基础建设、小康家园建设、乡村文化生活、农村卫生保健、乡村幼儿教育等板块；在出版形式上，将手册式、问答式、图说式与挂图、光盘有机结合；在运作方式上，按社会主义新农村发展的阶段性，分期分批实施；在读者对象上，依据广大农村读者的文化水平和阅读习惯，分别推出适合广大农民、农技人员和乡村干部三个层次的读本。

整套书力求内容通俗易懂，图文并茂；突出科学性、针对性、实用性和趣味性；力求用新技术、新内容、新形式，开拓服务的新境界。

## <<农产品市场营销基本知识>>

### 书籍目录

出版说明一、怎样认识市场（一）理解市场（二）从不同角度看市场（三）市场具有多方面功能（四）类型多样的农产品市场（五）农产品市场有哪些特殊性（六）正确界定市场范围二、怎样理解市场营销（一）市场营销两大类职能（二）现代市场营销观念（三）绿色营销（四）市场营销的创新（五）营销成功的十大措施（六）走出营销的误区三、怎样认识消费者行为（一）什么是消费者市场（二）消费者市场的影响因素（三）案例：怎样迎合消费者心理（四）消费者是怎样购物的（五）消费者购买动机分析（六）收入水平影响购买行为（七）不同消费群体的消费特点（八）不同类型家庭有着不同的消费行为（九）消费者购物过程（十）怎样预测市场需求四、怎样选择目标市场（一）营销环境分析??直接影响因素（二）营销环境分析??间接营销因素（三）市场机会（四）如何细分市场（五）如何定位你的市场五、怎样实施产品策略（一）整体产品（二）产品生命周期（三）产品生命周期与市场经营策略（四）如何延长产品生命周期（五）消费者如何接受新产品（六）产品品牌决策（七）商标设计（八）让你的产品靓起来??包装（九）产品服务六、怎样进行产品的定价七、怎样进行产品促销八、怎样分销产品九、怎样分析农产品市场供求十、怎样进行国际市场营销

## <<农产品市场营销基本知识>>

### 章节摘录

一、怎样认识市场 成为成功的经营者，真正重要的因素是有足够的人购买你的产品或服务，日复一日，月复一月，年复一年。

(一)理解市场 市场是社会生产力发展到一定历史阶段的产物。随着社会生产力的不断进步，有了剩余产品，便萌发了偶然的、自发的交换行为。尽管此时的交换是非常落后的，交换的目的仅是为了满足原始人某种临时的需要和欲望。但这种交换行为导致了市场的产生。

市场是进行商品交换的场所。  
商品供求与商品交换，构成了市场的基本经济内容。

1.市场是商品交易和流通的场所。

在这个场所里，存在着商品的卖方，用于交换的商品，还有具有购买动机和购买能力的买方。

(1)农民从事生产经营活动所需要的生产资料，消费者所需要的消费品，都必须到市场才能买到。

(2)经营者生产的一切产品必须经过市场才能从生产领域到达消费领域。

市场是商品的生产者、经营者、消费者三者之间进行经济联系的场所。

2.市场随商品生产和商品流通的发展而发展。

(1)在自给自足的自然经济占统治地位的条件下，市场由简单商品交换形成，是分散于各地的、狭小的、封闭式的市场。

由于生产的商品种类是有限的，所以还形成不了市场体系。

(2)经济向前发展，在专业化、社会化的商品经济条件下，商品在生产和流通中表现出来的激烈竞争，使数量和种类越来越多的商品源源不断地流向市场，从而使市场结构由单一变为多元，由分散变为统一，由国内走向国际。

3.市场由三个基本要素构成。

(1)市场要有主体，即市场参与者，也就是商品占有者。

市场交换必须有具有一定行为能力的人的活动才能进行，这是市场存在的先决条件。

一般农产品市场的主体是消费者和农产品生产经营者，包括个体家庭、企业、政府及其机构。

(2)市场交换的客体，即市场当事人之间发生交换关系的媒介物，也就是用于交换的商品，包括生产资料和生活资料、技术信息、资金、劳动力等。

作为市场客体首要的条件是它的有用性，即使用价值，废品不能满足人们的任何需求，不能到市场上去交换。

(3)市场交换行为。

即市场主体为交换而表现的外在意志行为，一般的交换行为如：人们选择哪种商品、购买多少、何时购买、何种价格才购买等。

(二)从不同角度看市场 一提到市场，人们首先想到的要么是陈旧不堪，杂乱无章的传统货栈，要么是富丽堂皇的现代化商场。

实际上，从不同的角度理解，市场会有不同的内涵。

1.从市场的空间概念来看，市场是商品交换的场所。

.....

<<农产品市场营销基本知识>>

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>