第一图书网, tushu007.com

<<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：9787209040044

10位ISBN编号：7209040048

出版时间：2006-6

出版时间：山东出版集团，山东人民出版社

作者：李淑卿，孙华玲 编

页数：214

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

内容概要

推进农村文化建设，是社会主义新农村建设的重要内容。
大力加强农村文化建设，不仅能够提高农民奔康致富的本领，促进农村经济又快又好发展，而且有助于培育科学文明的乡风，推动农村社会全面进步。
山东是农业大省，有6500万农业人口，搞好农村文化建设十分重要。
近年来.省委、省政府高度重视农村文化建设，采取了一系列政策措施，不断改善农村文化基础设施，积极开展文化科技卫生“三下乡”活动，大力培育农村文化市场，农民群众精神文化生活逐步得到改善，农村文化建设呈现出较好的发展局面。
但是也要看到，当前我省农村文化基础设施仍然比较缺乏，农民文化生活还不够丰富，农村文化建设队伍还比较薄弱，与全面建设小康社会的目标要求不相适应，还不能充分满足农民群众日益增长的精神文化需求。
我们必须高度重视，采取有效措施，切实加以改变。

<<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与进入　第三节 农产品国际市场营销策略　参考书目后记

章节摘录

人员推销是通过派出销售人员直接地面对面地双向交流，传达产品或服务的信息，促使消费者进行购买。
这种促销方式；可以就近观察到客户的态度和反应，直接了解到客户的需求和特征，并可以随时调整沟通的方式和内容。
同时，推销人员通过推销和客户之间可以建立个人友谊，利于保持长期的关系。
比如在建立客户偏好、信任及行动方面，是其他方式无法取代的。
农产品由于其质量信息无法从外观直接观察，所以不应该单纯以广告或其他单向交流的方式去培养消费者的品牌意识和顾客的忠诚度，而是应结合双向交流的方式达到目的。
（三）关系营销　　关系营销是指农产品的生产经营者为了实现自己的长远目标，在进行市场营销活动中，经常主动地与社会公众保持双向沟通，包括与消费者、供应商、分销商、竞争者、政府机构及其他公众发生互动作用，其核心是建立和发展与这些公众的良好关系。
由于农产品的促销活动一般由政府和当地媒体一起发动的，所以，依靠公共关系进行产品促销往往能取得较好的效果。
另外，由于报道是非付费的，而且是通过第三方进行报道，因而可信度较高。
……

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