

<<营销国际惯例>>

图书基本信息

书名：<<营销国际惯例>>

13位ISBN编号：9787221040299

10位ISBN编号：722104029X

出版时间：1995-12

出版时间：贵州人民出版社

作者：盛敏

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>

<<营销国际惯例>>

书籍目录

目录

- 《国际经济惯例丛书》序言
- 第一章 营销的一般国际惯例
 - 第一节 市场营销
 - 第二节 市场细分
 - 第三节 目标市场定位
 - 第四节 企业营销条件判定
- 第二章 产品组合的国际惯例
 - 第一节 实体产品组合
 - 第二节 服务性产品组合
 - 第三节 商品包装
 - 第四节 产品经营战略
- 第三章 价格决定的国际惯例
 - 第一节 价格决定的一般准则
 - 第二节 价格制定常用方法
 - 第三节 价格变动常用策略
 - 第四节 价格竞争限制
- 第四章 促销方式的国际惯例
 - 第一节 广告促销
 - 第二节 广告效果评估
 - 第三节 人员推销
 - 第四节 营销谈判
 - 第五节 营业推广与公共宣传
- 第五章 分销渠道组合的国际惯例
 - 第一节 分销渠道组合类型
 - 第二节 分销渠道选择
 - 第三节 实体分配
- 第六章 营销调研的国际惯例
 - 第一节 营销调研的一般程序
 - 第二节 营销调研的常用方法
 - 第三节 营销调研的数据处理
- 第七章 营销的其他国际惯例
 - 第一节 商标转让
 - 第二节 专利转让
 - 第三节 国际营销的例行手续
 - 第四节 国际营销的常用条款

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>