

<<营销标准化>>

图书基本信息

书名：<<营销标准化>>

13位ISBN编号：9787506641289

10位ISBN编号：7506641283

出版时间：2006-6

出版时间：中国标准出版社

作者：李庆满

页数：267

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>

## <<营销标准化>>

### 内容概要

本书以企业营销工作必备的标准化知识体系为出发点，将标准化理论与市场营销学的相关内容融合在一起，从市场营销角度探讨标准化，初步提出了“营销标准化”的内容体系，对企业营销活动涉及的标准化理论和方法作了较为详细的总结和论述，具有较强的针对性，有助于企业解决营销活动中的标准化问题。

本书为标准化与市场营销活动之间搭建起一座桥梁。

阅读本书，可以为营销人员掌握标准化知识打下良好基础。

全书分七章，分别是概述、营销标准化环境与调查、产品标准化、渠道标准化、绿色营销标准化、市场营销与认证和国际营销标准化。

本书可供企业管理人员，尤其是营销管理人员学习与参考，同时也可以作为高等院校管理学科的教材和参考书。

## &lt;&lt;营销标准化&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 概述 第一节 标准化 一、标准化的概念 二、标准化的方法原理 三、市场经济与标准化 第二节 营销与标准化 一、市场营销与标准化 二、营销标准化的发展 三、营销标准化的内容 第三节 营销标准化过程 一、标准体系和标准体系表 二、采用标准和制定标准 三、运行标准体系 四、标准化组织与管理 参考文献第二章 营销标准化环境与调查 第一节 营销标准化环境 一、营销标准化环境的内涵 二、营销标准化环境的特征 三、营销标准化环境的分类和影响 第二节 营销标准化环境调查 一、目标市场与标准化 二、营销标准化环境调查的重点 三、营销标准化调查的渠道和方法 四、营销标准化环境的信息管理 参考文献第三章 产品标准化 第一节 设计标准化 一、产品设计质量 二、产品设计标准化的概念和作用 三、产品设计标准的基本内容 四、产品设计的标准化方法 五、产品设计和产品标准 第二节 品牌标准化 一、品牌及其构成要素 二、品牌标准化的内容及其意义 三、品牌设计的标准化方法 四、名牌产品与标准化 五、品牌运作的国际标准 第三节 包装标准化 一、包装标准化的概念和作用 二、包装标准的内容 三、包装标准化的基本要求 四、包装标准化策略 第四节 售后服务标准化 一、售后服务标准化的概念 二、售后服务标准化的意义 三、售后服务标准化的原则 四、售后服务标准体系 第五节 产品生命周期与标准化 一、产品生命周期的概念 二、产品生命周期与标准化的关系 三、产品生命周期的标准化策略 参考文献第四章 渠道标准化 第一节 储存标准化 一、储存标准化的概念 二、储存标准化的原则 三、储存标准化的内容 第二节 运输标准化 一、运输标准化的概念 二、运输标准化的内容 三、集装运输标准化 第三节 商品零售标准化 一、商品零售标准化概况 二、百货、超市及连锁经营标准化 三、商品计量标准化 参考文献第五章 绿色营销标准化 第一节 绿色营销 一、绿色营销的兴起 二、绿色营销的概念 三、绿色营销的过程要素 四、绿色营销的实质 五、我国企业开展绿色营销的现状和前景 第二节 绿色标准 一、绿色标准的概念 二、绿色标准的特征 三、我国绿色标准的制定和分类 四、绿色标准的贯彻 参考文献第六章 市场营销与认证 第一节 营销与认证概述 一、认证的概念 二、认证与营销 三、我国的认证体系 四、国际市场认证体系简介 第二节 营销与产品认证 一、产品认证的内涵 二、强制性认证 三、自愿性认证 四、绿色产品认证 第三节 营销与管理体系认证 一、管理体系及其认证 二、质量管理体系认证 三、环境管理体系认证 四、职业健康安全管理体系认证 五、企业社会责任认证 参考文献第七章 国际营销标准化 第一节 国际市场标准化环境 一、宏观环境 二、微观环境 三、国际环境对我国企业营销的影响 第二节 技术性贸易壁垒 一、技术性贸易壁垒的内涵 二、技术性贸易壁垒的性质和影响 三、技术性贸易壁垒的表现形式 第三节 进入国际市场的标准化策略 一、重视标准化在国际市场营销中的作用 二、国家标准化是企业国际营销的基础 三、企业进入国际市场的标准类型 四、关注目标市场的标准变化 五、标准国际化 参考文献

<<营销标准化>>

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>