

<<服装市场营销>>

图书基本信息

书名：<<服装市场营销>>

13位ISBN编号：9787542817709

10位ISBN编号：7542817701

出版时间：1999-06

出版时间：上海科技教育出版社

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>

<<服装市场营销>>

书籍目录

| |
|--------------------|
| 目录 |
| 绪论 |
| 第一章 服装市场概述 |
| 第一节 市场的概念 |
| 第二节 服装市场的构成与组织形式 |
| 第三节 服装市场分析 |
| 第四节 服装市场营销分析 |
| 第五节 服装市场竞争研究 |
| 第二章 服装消费行为分析 |
| 第一节 服装消费者行为特征 |
| 第二节 服装消费者购买行为分析 |
| 第三节 影响消费者购买行为的因素 |
| 第四节 服装消费者权益 |
| 第三章 服装产品的分类与产品开发 |
| 第一节 服装产品的分类与流行风格 |
| 第二节 服装产品的品牌意识 |
| 第三节 服装产品生命周期的分析与研究 |
| 第四节 服装新产品设计与销售 |
| 第五节 服装市场营销效益 |
| 第四章 服装市场营销调研 |
| 第一节 市场调研的意义与目的 |
| 第二节 市场营销调研的步骤 |
| 第三节 市场营销调研的方法 |
| 第四节 市场营销调研技术 |
| 第五节 服装市场营销预测 |
| 第六节 服装市场营销信息系统 |
| 第五章 服装产品价格研究 |
| 第一节 服装产品价格概况 |
| 第二节 影响服装价格的因素 |
| 第三节 服装产品定价政策和策略 |
| 第四节 服装产品价格的调整 |
| 第六章 服装市场销售的渠道与管理 |
| 第一节 服装销售渠道 |
| 第二节 服装市场营销模式与管理 |
| 第七章 服装市场促销策略 |
| 第一节 促销概述 |
| 第二节 人员推销 |
| 第三节 广告促销 |
| 第四节 公共关系促销 |
| 第五节 营销推广促销 |
| 第八章 服装的营销组织与营销控制 |
| 第一节 服装的营销组织 |
| 第二节 营销组织的组织方法 |
| 第三节 营销控制 |
| 第四节 营销控制的类型及方法 |

<<服装市场营销>>

第九章 服装国际市场营销

第一节 开拓国际市场的战略意义

第二节 服装国际市场营销的特点和环境

第三节 国际市场进入方式

第四节 国际市场营销策略

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>