

<<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：9787564712464

10位ISBN编号：7564712465

出版时间：《新型职业农民科技培训教材》编委会 电子科技大学出版社 (2012-07出版)

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>>

书籍目录

第一章 市场与市场营销知识 第一节 我国市场的现状 第二节 市场与市场营销基本知识 第三节 市场的多方面功能 第二章 农产品营销概论 第一节 农产品营销观念的演变 第二节 农产品营销的特征 第三节 营销理论与创新 第四节 营销观念整合 第五节 农产品绿色营销 第三章 农产品营销决策 第一节 农产品市场环境分析 第二节 农产品营销要点 第三节 农产品目标市场选择 第四章 农产品营销策略 第一节 农产品营销组合策略 第二节 新产品开发策略 第三节 农产品营销渠道策略 第四节 农产品加工策略 第五节 农产品包装策略 第六节 农产品绿色策略 第五章 农产品营销定价 第一节 影响农产品定价的因素 第二节 农产品定价的四导向原则 第三节 农产品定价策略 第六章 农产品促销 第一节 农产品促销策略 第二节 农产品促销方式 第三节 农产品的其他促销方式 第七章 农产品分销渠道 第一节 农产品分销综述 第二节 农产品批发与零销 第三节 农产品营销渠道新模式 第八章 果菜营销市场建设 第一节 水果和蔬菜的营销 第二节 果菜营销建设的基本要素 第九章 农产品基地和营销市场建设 第一节 培育优质农产品基地 第二节 合理布局营销市场 第三节 建立市场营销网络 第四节 构筑物流运行框架 第五节 规范市场营销管理 第十章 农产品市场流通体系建设 第一节 农产品流通协会建设 第二节 农产品流通信息建设 第三节 农产品流通订单建设 第四节 农产品流通观光建设 第十一章 农产品品牌创新 第一节 品牌策略 第二节 创立品牌 第三节 标准生产 第四节 推向市场 第五节 维护权誉 第十二章 无公害农产品营销 第一节 无公害农产品的现状 第二节 无公害农产品面临的困难和问题 第三节 无公害农产品的生产 第四节 无公害农产品的管理 第五节 无公害农产品市场建设 第十三章 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 农产品国际营销组合策略 第三节 农产品期货市场构成及营销发展分析 参考文献

<<农产品市场营销>>

章节摘录

版权页： 市场交换功能的发挥，使商品生产者或经营者得以将自己的产品拿到市场中去出售，实现产品价值，获得货币，然后再向别人购买自己所需要的生产资料或者消费资料，实现商品、劳动的交换。

二、价值实现功能 在市场经济条件下，商品价值要靠市场来实现。

当农产品经营者把商品出售后，所得货币能够补偿生产过程中所消耗的物质和劳动，则商品价值得到了完全体现；反之，所得货币不足以补偿所消耗的物质和劳动，则商品价值就不能得到实现或不能完全实现，生产规模就会缩小或转产。

所以，商品生产者和经营者的生产经营状况、决策能力的高低及其竞争能力的强弱，都将在市场上得到检验和评价。

三、市场调节功能 市场既调节社会劳动在社会生产各部门之间的分配，又调节着商品生产者和经营者之间的经济利益。

市场通过竞争和价值规律的作用，调节各类生产要素在各个生产部门之间的分配和布局。

某种商品的价格上涨表明该商品供不应求，生产这种商品利润空间大，于是生产者便纷纷转产；反之，商品价格下降则表明该商品供大于求，生产该商品可能会亏本，于是生产者便会压缩这种商品生产或转产别的商品。

<<农产品市场营销>>

编辑推荐

《新型职业农民科技培训教材:农产品市场营销》采用了国家最新标准、法定计量单位和最新名词、术语,并注重行业针对性和实用性,力求做到内容浅显易懂、图文并茂,让农民朋友易于学习、掌握。该套教材共涵盖种植、养殖、加工、农产品安全等四个大类,共20多种,是目前国内同类教材中最新的一套培训系列教材。

<<农产品市场营销>>

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>