

《农产品市场营销及品牌建设》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2015年11月01日

开本：32开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：

国际标准书号ISBN：9787511623232

内容简介

本书主要介绍农产品的营销环境分析、目标市场选择、营销策略制定等内容，是针对提高新型职业农产品营销素质、知识水平和掌握基本技能以及形成基本经验的课程，充分体现“职业化”与“实践性”的特点。农民通过本书的学习，能够掌握农产品营销的知识和技能，具备农产品市场分析、营销策略制定等能力。

作者简介

马国宇 男 河南信阳人 大学学历 高级农艺师职称

现任河南省信阳市平桥区农业广播电视学校校长，从事农民技术推广工作多年。

王继平 大专学历 农艺师职称 主要从事中职教育和新型职业农民的教学培训工作。

目录

第一章农产品市场营销的概论

第一节认识农产品市场营销

一、市场与农产品市场

二、市场营销与农产品市场营销

第二节培养农产品营销服务意识

一、农产品营销服务意识的内涵

二、开展农产品营销服务的要点

第三节树立现代农产品营销观念

一、市场营销观念的演变

二、现代营销观念与传统营销观念的比较

第二章农产品购买行为分析

第一节影响农产品购买行为的因素

一、文化因素

二、社会因素

三、个人因素

四、心理因素

第二节农产品购买决策过程

一、消费者购买决策的参与者

二、消费者购买决策过程的阶段

三、消费者购买决策的影响因素

四、消费者购买决策的参与程度

第三章农产品市场调查

第四章农产品市场环境分析

第五章农产品分销渠道

第六章农产品定价第七章农产品促销第八章粮食类农产品营销第九章畜牧类农产品营销
第十章农产品品牌建设主要参考文献

[显示全部信息](#)

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)