第一图书网, tushu007.com

<<农药营销管理学>>

图书基本信息

书名：<<农药营销管理学>>

13位ISBN编号：9787109131347

10位ISBN编号：7109131343

出版时间：2008-12

出版时间：中国农业出版社

作者：张兴

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

内容概要

营销学是建立在经济科学、行为科学和现代管理理论基础之上的一门管理类学科。
其理论、方法和技巧广泛应用于营利组织和多种非营利组织，成为涉及人类社会经济生活诸多方面的应用学科。
目前，营销在中国农药企业界得到普及，并被广泛应用在企业经营决策和企业管理过程。
这是我国农药市场经济不断成熟，营销竞争加剧，企业对消费者关注程度逐渐提高的必然结果。
当今世界，高新技术的发展提高了营销在生产中的地位。
尤其是在20世纪末，高新技术的发展使营销在企业的经营活动冲的地位发生了质的变化。
在知识经济时代，经营单位等组织中的营销更应突破工业经济时代的模式，构建新的营销模式，最大限度地发挥企业营销人员的积极性和创造性，使之具备持续发展的基本条件，才能够与同类型企业竞争。
对于农药企业来讲，没有外部体制环境的变化，农药企业营销体系就难以建立，即使建立了，也无法发挥出相应的功能。
另一方面，宏观经济体制改革本身并不能替代企业内营销系统的构建。
即使外部条件很好，如果没有农药企业营销模式的配合，员工的积极性和创造性也难以发挥出来。

<<农药营销管理学>>

书籍目录

前言导论 一、农药营销管理学概述 二、农药营销管理学的特点 三、农药营销管理学的研究内容 四、学习和研究农药营销管理学的目的与意义第一章 农药营销管理概述 第一节 营销管理的基本概念 一、需要、欲望和需求 二、产品 三、价值、价格、成本和满足 四、交换 五、公共关系 六、市场 七、分销渠道、渠道成员及营销网络 八、顾客与营销者 第二节 营销管理观念及其发展演变 一、营销观念的概念及核心 二、企业营销观念的演变 三、传统营销观念与现代营销观念的比较 四、顾客满意 第三节 农药营销管理过程 一、农药营销管理的任务 二、农药营销管理的功能 三、农药营销管理过程 本章小结 复习思考题 ……

第一图书网, tushu007.com

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