第一图书网, tushu007.com

<<纺织品市场营销>>

图书基本信息

书名：<<纺织品市场营销>>

13位ISBN编号：9787506452021

10位ISBN编号：7506452022

出版时间：2008-8

出版时间：中国纺织出版社

作者：王若明，张芝萍　主编

页数：190

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

前言

随着我国社会主义市场经济体制的逐步建立与完善，面向市场，以顾客需求为导向从事的市场营销活动，已成为企业面临的重大课题。
为此，大力培养市场营销人才，满足企业需求，也受到了社会各界的高度关注。
作为纺织企业而言，对能结合纺织企业及纺织产品的特点，运用市场营销知识从事纺织品营销活动的人才需求显得尤为迫切，本教材正是为了满足这一需要而编写的。
作为纺织高职高专“十一五”部委级规划教材，本书依据高职高专教育培养应用型人才的特点，围绕市场营销职业的要求，着力于对学生综合运用营销理论分析、解决营销实际问题能力的培养。
理论以“必需、够用”为度，突出实用性，注重技能性，强调针对性，坚持前瞻I生。
每章前有“本章知识点”、“导人案例”，对每章所要讲解的知识点用导人案例引入，每章后有“本章小结”、“思考题”和“实训题”，使读者容易掌握重点，便于理解与复习，并通过实训题的练习，在今后实践中可参照运用。
本书共十章，由王若明和张芝萍负责设计、总纂和定稿。
编写分工如下：第一章和第二章由南通纺织职业技术学院闾志俊老师编写，第三章由河南工程学院高顺成老师编写，第四章和第九章由浙江纺织服装职业技术学院裘晓雯老师编写，第五章由浙江纺织服装职业技术学院王艳老师编写，第六章和第八章由成都纺织高等专科学校胡颖梅老师编写，第七章由浙江纺织服装职业技术学院王若明老师编写，第十章由浙江纺织服装职业技术学院张芝萍老师编写。
本书内容除了反映编著者多年来的学习、调查、教学体会和科研成果外，在编写过程中，还参阅了国内外同行学者的有关著作、教材等，在此一并表示感谢。
由于编著者水平有限，书中难免有不妥之处，敬请广大读者批评指正。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

纺织品市场营销是一门多学科相交叉的应用学科，本书系统阐述了纺织企业从事营销活动的基本理论与方法，主要内容有：纺织品营销环境分析、纺织品市场购买行为分析、纺织品目标市场战略、纺织品市场调查与预测、纺织产品策略、纺织品定价方法与价格策略、纺织品分销渠道策略、纺织品促销策略和纺织品国际市场营销等。

本书结构紧凑，内容丰富，既有理论又有实践，既有一定的广度又有一定的深度，不仅可以作为高职院校纺织工程、市场营销和其他相关专业的学生学习使用，而且还可作为成人院校、中专院校相关专业学生及有志于从事纺织品市场营销工作的人员自学之用。

<<纺织品市场营销>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 纺织品市场　一、市场的概念　二、市场竞争模式　三、市场的主体　四、市场的分类 第二节 纺织品市场营销概述　一、市场营销概述　二、纺织品市场营销的研究对象　三、纺织品市场营销的研究内容 第三节纺织企业营销观念的演变与发展　一、 企业营销观念的发展与演变　二、我国纺织企业营销观念的转变　三、新形势下纺织企业的经营观念与经营对策　思考题　实训题 第二章 纺织品营销环境分析 第一节　纺织品营销环境概述　　一、营销环境的概念　　二、营销环境的特点　第二节　纺织品营销微观环境分析　　一、企业内部环境　　二、供应商　　三、营销中介机构　　四、顾客　　五、竞争者　六、社会公众 第三节　纺织品营销宏观环境分析　一、政治与法律环境　二、经济环境　三、社会文化环境　四、科技环境 第四节　纺织行业环境分析　一、纺织行业发展前景　二、我国纺织行业特性分析　三、我国纺织行业发展分析 第五节　纺织品营销综合环境分析　一、企业对营销环境的态度　二、环境威胁与环境机会分析　思考题　实训题第三章　纺织品市场购买行为分析 第一节　纺织品市场的消费需求　一、消费需求的概念　二、纺织品市场消费需求的特点 第二节　影响消费者购买行为因素分析　一、经济因素　二、心理因素　三、社会因素　四、个人因素 第三节　消费者购买决策过程分析　一、消费者购买决策的内容　　……第四章 纺织品目标市场战略第五章 纺织品市场调查与预测第六章 纺织产品策略第七章 纺织品定价方法与价格策略第八章 纺织品分销渠道策略第九章 纺织品促销策略第十章 纺织品国际市场营销参考文献

<<纺织品市场营销>>

章节摘录

第一章　绪论　　导入案例　　“恒源祥”的经营之道　　今天，作为上海万象集团的总商标，“恒源祥”已经成为一个覆盖绒线、羊毛织物、羊毛制品洗涤剂及其他相关制造业的知名品牌。
但是提起“恒源祥”，人们的第一反应仍是一个毛线生产企业。
创建于1927年的恒源祥商店，主营人造丝和手编毛线。
1987年，刘瑞旗（现任万象集团总经理）加入恒源祥时，手编毛线市场正日渐式微，有人提醒刘瑞旗知难而退，另辟蹊径。
刘瑞旗却回答说：“如果太阳不升起来，东边不亮西边也不会亮。
”从此，“制造一个毛线的太阳，照到哪里哪里亮”成了恒源祥最响亮的一句口号。
1.培养编织能手　　不是没有人编织吗？
恒源祥就是要把编织变成人们的需要。
在对市场进行细分后，刘瑞旗决定先抓“两头”——老人和小孩。
从1995年起，恒源祥先后组织专家就两个课题进行专项研究，一日“绒线编织与少年儿童心理和智力发展间的关系”，二日“绒线编织与防治老年痴呆症的关系”。
其中前者被国家教委列为“九五”重大科技项目，在500名小学生中分两组进行跟踪测试。
刘瑞旗说，他计划将手工毛线编织作为劳动技能课程向全国的大中小学校推广。
对恒源祥来说，培养出一批编织能手就意味着培养出一批潜在的消费者。
……

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