

<<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>