

<<出版物营销实务>>

图书基本信息

书名：<<出版物营销实务>>

13位ISBN编号：9787800009716

10位ISBN编号：7800009718

出版时间：2010-9

出版时间：印刷工业出版社

作者：翟星，王元平，高澜，杨延 编

页数：127

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>

## <<出版物营销实务>>

### 内容概要

本书是“全国新闻出版系统职业技术学校统编教材”中的一本。

本书面向职业院校学生，结合出版物的营销专业知识和具体案例，对出版物的营销进行了详细的介绍。

本书包括八章内容，主要分为：出版物营销概述、出版物营销环境、出版物消费者分析、目标市场营销、出版物产品策略、出版物价格策略、出版物营销渠道、出版物宣传促销策略。

本书适合作为出版、发行专业职业院校学生的专业教材，也可以作为出版、发行人员及相关从业人员的参考书，还可以用做相关企业在职人员的培训教材。

## <<出版物营销实务>>

### 书籍目录

第一章 出版物营销概述 第一节 出版物市场 第二节 出版物营销 第二章 出版物营销环境 第一节 出版物营销环境概述 第二节 出版物营销的宏观环境分析 第三节 出版物营销的微观分析 第三章 出版物消费者分析 第一节 出版物消费者需求 第二节 出版物消费者购买行为 第四章 目标市场营销 第一节 出版物市场调查与预测 第二节 出版物市场细分 第三节 出版物目标市场选择 第五章 出版物产品策略 第一节 出版物产品的生命周期 第二节 出版物产品组合策略 第三节 出版物产品品牌、包装策略 第六章 出版物价格策略 第一节 出版物定价的基本方法 第二节 出版物产品价格策略 第七章 出版物营销渠道 第一节 出版物营销渠道的选择 第二节 出版物渠道整合管理 第八章 出版物宣传促销策略 第一节 广告促销 第二节 人员推销 第三节 公共关系 第四节 营销推广 参考文献

<<出版物营销实务>>

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>