

# 《食品营销学》

## 图书基本信息

书名：《食品营销学》

13位ISBN编号：9787109133389

10位ISBN编号：7109133389

出版时间：2009-2

出版社：中国农业出版社

作者：安玉发

页数：266

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《食品营销学》

## 内容概要

食品营销学（二版），ISBN：9787109133389，作者：安玉发 主编

# 《食品营销学》

## 书籍目录

第二版前言 第一版序 第一版前言 导论 一、市场营销学的产生和发展 二、市场营销学的研究对象及其特点 三、食品营销学的研究内容 四、我国食品市场营销的展开 五、我国居民饮食生活的变化 第一章 市场和市场营销 第一节 市场和市场经济 一、市场的定义 二、市场的特征 三、市场机制 第二节 市场营销 一、市场营销的定义 二、市场营销的特点 三、市场营销观念的演变 四、营销管理任务 第三节 食品营销 一、食品营销概述 二、食品营销的流通功能 三、食品营销的服务功能 四、食品营销学的研究内容 第二章 食品与我国食品工业 第一节 食品的分类及特点 一、食品的种类 二、食品的特性 三、食品流通渠道类型 ..... 第三章 市场营销环境分析 第四章 营销调研和市场预测 第五章 市场细分与目标市场选择 第六章 消费者和竞争者行为分析 第七章 食品企业营销战略 第八章 产品策略 第九章 价格策略 第十章 销售渠道策略 第十一章 促销策略 第十二章 国际市场食品营销 第十三章 有机食品与绿色营销 第十四章 食品企业形象营销 主要参考文献

# 《食品营销学》

## 精彩短评

- 1、食品专业很需要看的一本书！
- 2、学校课程指定书目，不错

# 《食品营销学》

## 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:[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)