

《《茶叶市场营销实务》》

图书基本信息

书名：《《茶叶市场营销实务》》

13位ISBN编号：978730812178X

出版时间：2013-8

作者：郑剑顺主编,严利人 陈晓健副主编

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

《《茶叶市场营销实务》》

内容概要

郑剑顺编著的《茶叶市场营销实务》共十二章，包括对茶、茶业知识、茶叶市场营销基本内涵的介绍，茶叶市场分析，茶叶市场调研和预测，茶叶品牌塑造，茶叶价格策略，茶叶营销渠道，茶叶促销实务，茶叶营销策划，茶店营销实务，茶店连锁经营管理，茶叶国际市场营销、茶叶营销组织与管理等各项目的知识的阐述、实务的说明、方法、技能的介绍和训练等。

本书不仅适合高职院校经管类各专业，如市场开发与营销、连锁经营管理、国际经济与贸易、物流管理、旅游管理等专业教学使用，也适合高职院校的茶学专业教学和茶行业员工培训用书，对茶业从业人员也提供一本可资参考的阅读书。

书籍目录

第一章 绪论

第一节 茶与茶业

第二节 市场营销与茶叶市场营销

第三节 学习茶叶市场营销实务的意义

第二章 茶叶市场分析

第一节 茶叶市场地位

第二节 中国茶叶市场溯源

第三节 中国茶叶市场现状

第四节 中国茶叶的国际市场

第五节 茶叶消费市场分析

第三章 茶叶市场调研和预测

第一节 茶叶市场调研的概念和作用

第二节 茶叶市场调研的内容和方法

第三节 茶叶市场预测的概念和作用

第四节 茶叶市场预测的内容和方法

第四章 茶叶产品策略

第一节 茶叶产品概念

第二节 茶叶产品组合策略

第三节 茶叶新产品策略

第四节 茶叶品牌与商标策略

第五节 茶叶包装策略

第五章 茶叶价格策略

第一节 茶叶市场的供求关系

第二节 茶叶市场价格的变动规律

第三节 茶叶定价方法

第四节 茶叶定价策略

第六章 茶叶营销渠道

第一节 茶叶营销渠道概述

第二节 茶叶中间商

第三节 茶叶营销渠道的选择与维护管理

第七章 茶叶促销实务

第一节 认识茶叶促销

第二节 茶叶促销活动管理

第三节 茶叶企业的促销策略

第八章 茶叶营销策划

第一节 茶叶企业形象策划

第二节 茶叶市场竞争策划

第三节 茶叶营销策划方法

第九章 茶店营销实务

第一节 茶馆的起源与发展

第二节 从古代茶馆到现代茶店

第三节 茶店的类型

第四节 茶店的管理

第五节 天福茗茶店的服务

第十章 茶叶连锁经营管理

第一节 茶叶连锁经营管理概述

第二节 茶叶连锁开发

第三节 连锁茶店设计与茶品陈列

第四节 连锁茶店营运管理

第十一章 茶叶国际市场营销

第一节 中国茶走向国际市场概述

第二节 茶叶国际市场营销环境

第三节 茶叶国际贸易及市场

第四节 茶叶国际化经营战略

第五节 茶叶国际市场营销策略

第十二章 茶叶营销组织和管理

第一节 认识茶叶营销组织和管理

第二节 现代茶叶营销组织的建立

第三节 现代茶叶营销管理的运行

参考文献

后记

《《茶叶市场营销实务》》

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：www.tushu111.com