

煤炭市场营销学



[煤炭市场营销学_下载链接1_](#)

著者:

出版者:煤炭工业出版社

出版时间:1995-05

装帧:平装

isbn:9787502011437

内容提要

本书结合我国煤炭生产、运输、销售、消费的特点，系统地阐述了市场营销学基础知识、煤炭市场研究、煤炭市场开拓、煤炭市场营销策略、煤炭交易实务等内容。其中，重点对煤炭市场（含国际市场）开拓，各种煤炭市场营销策略，煤炭交易操作与实务等进行了分析和论述。

本书可作为煤炭院校市场营销专业或相关专业的教材，也可供煤炭市场营销的理论工作者和实际工作者学习与参考。

作者介绍:

目录: 目录

第一章 市场营销学概论

第一节 市场营销学的产生和发展

第二章 市场营销及必要性
第一节 市场营销学的内容与方法
第二节 市场营销的任务及管理
第三章 市场及市场经济体制
第一节 市场及其特征
第二节 市场的要素及功能
第三节 市场的分类
第四章 社会主义市场经济体制的形成
第一节 社会主义市场经济体制的形成
第三章 煤炭市场营销基本知识
第一节 煤炭市场
第二节 煤炭市场运行中的基本问题
第三节 煤炭市场的分类及其结构
第四章 煤炭市场营销的必要性及任务
第一节 煤炭市场供求因素分析
第二节 煤炭市场供求主要影响因素
第三节 煤炭市场供求规律
第五章 煤炭市场竞争因素分析
第一节 煤炭市场调查与预测
第二节 煤炭市场调查与预测的内容
第三节 煤炭市场调研的程序与方法
第四节 煤炭市场预测方法
第六章 煤炭市场需求量预测
第一节 煤炭市场开拓策略
第二节 市场开拓策略的分类
第三节 煤炭产品用途与煤炭目标市场
第四节 煤炭企业目标市场策略
第七章 煤炭市场开拓中的产品策略
第一节 国际煤炭市场研究
第二节 国际煤炭市场概述
第三节 国际煤炭市场供求格局
第八章 开拓国际煤炭市场的策略
第一节 煤炭市场营销决策
第二节 煤炭市场营销决策概述
第三节 决策方法
第九章 煤炭市场营销决策的内容
第一节 煤炭产品价格策略
第二节 煤炭产品价格概述
第三节 煤炭产品价格变迁
第四节 煤炭产品定价方法和定价策略
第十章 煤炭产品质量策略
第一节 煤炭产品质量概述
第二节 煤炭质量策略及煤质控制
第十一章 煤炭产品销售策略
第一节 广告促销策略
第二节 人员推销策略
第三节 销售促进与管理
第十二章 煤炭市场交易实务及谈判
第一节 煤炭市场交易实务
第二节 煤炭市场交易谈判及技巧
第十三章 我国煤炭交易市场简介
第一节 煤炭产品营销合同与期货交易
第二节 煤炭产品营销合同
第三节 煤炭产品期货交易

附录一 常用燃料热值

附录二 各种能源折标准煤系数

附录三 中国煤炭分类与各国煤炭分类对照表

附录四 能当量

参考书目

• • • • •

([收起](#))

[煤炭市场营销学_下载链接1_](#)

标签

WO

评论

[煤炭市场营销学_下载链接1_](#)

书评

[煤炭市场营销学_下载链接1_](#)