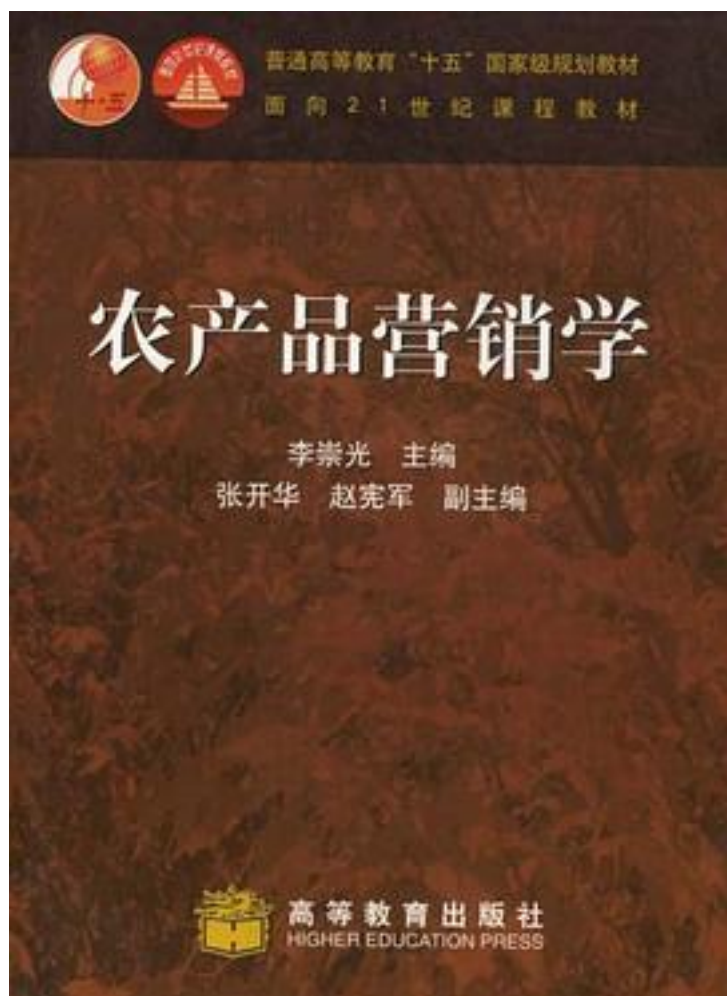


农产品营销学



[农产品营销学_下载链接1](#)

著者:李崇光 编

出版者:

出版时间:2004-1

装帧:

isbn:9787040131079

《农产品营销学》是受教育部“高校优秀青年教学科研奖励计划”（TRAOYT）支持的研究成果，系教育部面向21世纪课程教材和“十五”国家级规划教材。全书以现代市场

营销学和农业经济学的原理为基础，阐述了农产品营销学的研究对象、研究内容和研究方法，介绍了农产品的市场与营销环境、农产品营销的产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略，加工、运输、储藏等营销环节中的主要营销职能，根据不同农产品生产和消费特征，分类讨论了具体农产品的营销方法和技巧，并介绍了WTO框架下农产品国际营销的主要规则及营销策略。

全书内容丰富，资料翔实，理论与实践结合紧密，实用性强，适合于作为高等院校市场营销专业、农业经济管理专业和相关专业教材，也适合于作为政府部门领导、农业企业人员、实际工作者的自学和培训用书。

作者介绍:

目录:

[农产品营销学_下载链接1](#)

标签

市场营销

评论

[农产品营销学_下载链接1](#)

书评

[农产品营销学_下载链接1](#)