

服装市场营销



[服装市场营销 下载链接1](#)

著者:罗德礼

出版者:中国纺织出版社

出版时间:2002-1-1

装帧:平装(无盘)

isbn:9787506420334

《服装市场营销》运用现代市场营销学的基础知识和基本原理,系统分析了服装市场的类型和特点、服装营销组织及形式、服装营销人员的素质和技能、服装营销观念的演变与创新。在研究服装市场环境和服装消费者行为的基础上,阐述了服装企业营销活动的基本规律,并结合服装企业营销案例介绍了服装营销的目标市场策略、产品策略、价格策略、分销策略、促销策略及实施方法。《服装市场营销》内容丰富、形式新颖、较好地把服装营销理论与实用方法结合起来,具有较强的指导性和可操作性。《服装市场营销》可作为职业教育服装院校专业教材,也可作为服装企业管理人员、营销人员以及其他有志于服装营销人士的参考用书。

作者介绍:

目录:第一章 服装市场营销概述
第二章 服装市场营销观念
第三章 服装市场营销环境
第四章 服装消费行为
第五章 服装目标市场营销
第六章 服装产品策略
第七章 服装营销价格策略
第八章 服装销售渠道策略

第九章 服装促进销售策略
第十章 服装营销策略的综合运用
附录
参考书目
· · · · · (收起)

[服装市场营销](#) [下载链接1](#)

标签

评论

[服装市场营销](#) [下载链接1](#)

书评

[服装市场营销](#) [下载链接1](#)