

农产品营销理论与实务



[农产品营销理论与实务_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2005-8

装帧:

isbn:9787810669450

《农产品营销理论与实务》教材主要以农产品作为营销对象，分两个系列介绍了农产品营销的基本理论和操作方式：一是基本理论系列构成，包括农产品营销的对象、职能、

意义与方法等；农产品营销的环境分析；农产品消费对象的心理与行为分析；农产品市场细分与市场定位；农产品营销策略以及当前国际农产品境外营销部分规划与对策等。二是实际操作体系构成，以农产品营销的运作方式为侧重点，着重分析并介绍了农产品直接销售、间接销售、网络营销、农工贸一体化与期货、拍卖营销以及国际市场营销和农产品物流配送等营销方式。

全书坚持的中心思想是：农业要发展，必须打开市场，形成产销链培养市场开发的人才；农村要致富，实现小康社会，必须将市场与地头连接起来；农民要增收，必须懂得市场，找到通向市场的途径，掌握市场营销的方式，成为运作农产品市场的专门人才。尤其是贫困山区脱贫致富的农民，更要掌握农产品营销技术，学会打开农产品市场技巧。因此掌握现代市场营销理论，培养掌握农产品营销方式的人才是贯穿《农产品营销理论与实务》各章的核心。

《农产品营销理论与实务》内容特色：各章不仅对市场营销理论在农产品特色销售前提下展开探讨，概括了一系列的规则、特色和方法；同时还对农产品市场营销的操作实践进行了归纳、整理、提升和创新。针对操作型人才培养的目标，在各章都选择了大量的案例，展开分析；在各章最后都设计了基本训练、案例分析、网上调查、市场调查、模拟训练等内容，以期达到增长学习者实际经验和提高操作能力的目的。并力争探索出适合高等职业教育的技能型教育的教材模式。

作者介绍:

目录:

[农产品营销理论与实务_下载链接1](#)

标签

文学

评论

[农产品营销理论与实务_下载链接1](#)

书评

[农产品营销理论与实务_下载链接1](#)