

食品营销学



[食品营销学 下载链接1](#)

著者:卢万强 编

出版者:化学工业

出版时间:2007-8

装帧:

isbn:9787502596422

食品营销学是营销学的一个应用分支学科，它将营销学的理论、原则和客观规律应用于食品行业的实践活动，重点研究食品行业营销活动的行为规律，分析营销工作中的内在因素，为改善食品行业经营管理、提高营销工作的服务质量，正确调整营销活动中的人际关系，为食品行业创造更多的经济效益，为更好地满足营销工作的需要提供理论依据。本书共分11章，分别介绍了食品营销概述，食品与食品工业，营销环境分析，市场营销调研与需求预测，购买者行为分析，目标市场营销，产品策略，价格策略，食品营销渠道，促销策略，食品市场营销的组织、实施与控制等内容。另外，为使学生更好地将营销理论应用于食品营销工作中，本书在每章中还穿插了许多食品企业的营销实例，以便于学生学习。

本书可作为高职高专食品专业学生学习市场营销的教材，也可作为食品企业营销人员的培训教材，还可作为从事食品营销活动人员的参考读物。

作者介绍:

目录:

[食品营销学 下载链接1](#)

标签

食品

营销

评论

[食品营销学 下载链接1](#)

书评

[食品营销学 下载链接1](#)