

服装市场营销



[服装市场营销_下载链接1](#)

著者:王鸿霖 编

出版者:北京理工大学

出版时间:2010-2

装帧:

isbn:9787564030568

《服装市场营销》从服装市场营销概述开始，阐述了服装商品、营销环境、消费行为的基本理论，通过市场调研与预测着力论述了服装市场营销中的产品、价格、渠道、促销、权力及公共关系六个方面，介绍了服装网络营销和营销人员的素质拓展训练部分，力求体系完整、层次分明。

《服装市场营销》既可作为高等院校服装专业教材，也可供服装企业技术人员、短期培训等服装行业有关人员使用。

作者介绍:

目录: 第一章 服装市场营销概述 第一节 市场与市场营销 第二节 服装市场的类型和特点 第三节 服装市场营销管理过程 第四节 服装市场营销创新第二章 服装商品概述 第一节 服装商品的概念 第二节 服装专业常识第三章 服装市场营销环境分析 第一节 服装市场营销环境概述 第二节 服装市场营销宏观环境分析 第三节 服装市场营销微观环境分析 第四节 服装市场营销环境分析与营销对策第四章 服装消费行为分析 第一节 服装消费者购买行为 第二节 影响消费者购买行为的主要因素 第三节 服装消费者购买决策过程第五章 服装市场调查与预测 第一节 服装市场调查 第二节 服装市场预测第六章 服装市场细分与市场定位 第一节 服装市场细分与目标市场的选择 第二节 目标市场的确定与战略 第三节 市场定位第七章

服装产品策略 第一节 服装产品组合策略 第二节 服装产品生命周期策略 第三节
服装产品开发策略 第四节 服装品牌策略第八章 服装价格策略 第一节
服装产品价格的构成 第二节 服装产品的定价方法及运用 第三节
服装产品定价策略第九章 服装营销渠道策略 第一节 服装营销渠道概述 第二节
服装营销渠道的构成与功能 第三节 服装连锁经营管理第十章 服装促销策略 第一节
服装促销概述 第二节 服装广告策略 第三节 人员推销策略 第四节 营业推广 第五节
服装商品陈列概述第十一章 权力策略 第一节 服装权力营销概述 第二节
服装国际营销中的权力障碍第十二章 公共关系策略 第一节 公共关系概述 第二节
公共关系的类型 第三节 公共关系的应用方式 第四节 公共关系策略第十三章
服装网络营销 第一节 网络营销概述 第二节 服装网络营销模式及发展趋势 第三节
服装网络营销策略第十四章 服装营销人员素质拓展训练 第一节 服装营销礼仪 第二节
服装营销技巧 第三节 服装营销策划参考文献
· · · · · (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](#)