

<<物流市场营销基础>>

图书基本信息

书名：<<物流市场营销基础>>

13位ISBN编号：9787113088095

10位ISBN编号：7113088090

出版时间：2008-10

出版时间：中国铁道出版社

作者：苑晓峰

页数：244

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<物流市场营销基础>>

内容概要

《物流市场营销基础》将现代物流理论、方法和管理技术与现代市场营销理论相结合，并根据物流企业在实际运作中的特点，阐述了物流企业市场营销的基本理论、方法和策略。

全书共分11章，包括市场营销导论、物流市场分析、物流企业战略、物流市场营销信息、物流市场规划、物流市场营销组合策略、物流企业产品策略、物流企业定价策略、物流企业分销渠道策略、物流企业促销策略，以及营销计划、组织与控制。

全书内容循序渐进、逐步深入，理论联系实际，注重案例分析。

本教材适合作为高职高专物流管理专业教材，也可作为高职高专经济管理等专业教材，同时也可作为成人教育教材。

此外，还可作为物流企业管理人员、市场营销人员和广大物流爱好者的理想参考用书及培训教材。

<<物流市场营销基础>>

书籍目录

第一章 市场营销导论第一节 物流市场营销概述第二节 市场营销学的产生与发展第三节 物流市场营销的核心理念第四节 物流市场营销管理第二章 物流市场分析第一节 物流市场环境分析第二节 物流市场需求分析第三节 物流市场竞争环境分析第三章 物流企业战略第一节 物流企业战略的含义及重要性第二节 企业战略规划程序及内容第三节 物流企业战略规划内容与业务模式第四章 物流市场营销信息第一节 物流市场营销信息系统概述第二节 物流市场营销调查第三节 物流市场预测第五章 物流市场规划第一节 物流市场细分第二节 物流目标市场营销第三节 物流市场定位第六章 物流市场营销组合策略第一节 物流市场营销组合的基本内容第二节 物流市场营销组合的特点和意义第七章 物流企业产品策略第一节 物流企业产品的概念及特征第二节 物流企业产品品牌策略第三节 物流企业包装策略第四节 产品生命周期策略第五节 物流企业新产品的市场开发第八章 物流企业定价策略第一节 影响物流企业定价的因素第二节 物流产品定价的方法第三节 物流企业定价策略第九章 物流企业分销渠道策略第一节 物流分销渠道概述第二节 物流企业分销渠道的设计第三节 物流企业分销渠道管理第十章 物流企业促销策略第一节 物流企业促销概述第二节 物流企业促销组合的选择和促销预算第三节 物流企业的促销方法第十一章 物流企业营销计划、组织与控制第一节 物流企业营销计划第二节 物流企业营销组织第三节 物流企业营销控制参考文献

<<物流市场营销基础>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>