

<<物流市场营销>>

图书基本信息

书名：<<物流市场营销>>

13位ISBN编号：9787114055942

10位ISBN编号：7114055943

出版时间：2005-7

出版时间：人民交通

作者：陈立新 编

页数：189

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>>

### 内容概要

《物流市场营销》主要内容包括物流及物流企业的基本概念；市场营销的基本概念；物流企业市场分析和顾客分析；物流市场细分和目标市场；物流企业产品策略、定价策略、分销渠道策略和促销策略；物流客户服务；物流企业市场营销计划、组织与控制，并附有思考题供学生学习时使用。

本教材可供高等教育物流工程及物流管理专业本科学生使用及相关工程技术人员学习参考。

## &lt;&lt;物流市场营销&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 物流市场营销导论1.1 物流与物流企业1.2 市场营销学概述1.3 物流企业市场营销第2章 物流企业市场分析2.1 物流企业市场营销环境一般分析2.2 物流企业顾客分析2.3 物流企业竞争者分析第3章 物流企业市场营销信息管理3.1 物流企业市场营销信息系统3.2 物流企业市场营销调研3.3 物流企业市场营销预测3.4 顾问满意第4章 物流市场细分与目标市场4.1 物流市场细分4.2 物流目标市场的选择4.3 物流市场定位4.4 物流市场营销组合第5章 物流产品策略5.1 物流企业产品与产品组合5.2 物流企业产品生命周期策略5.3 物流企业新产品开发5.4 物流企业包装策略第6章 物流企业定价策略6.1 影响物流企业定价的因素和定价程序6.2 物流产品定价目标6.3 物流产品基本定价方法6.4 物流产品定价技巧第7章 物流企业渠道策略7.1 物流企业分销渠道的基本模式7.2 物流企业分销渠道的选择与管理7.3 物流企业分销渠道的评价第8章 物流企业促销策略8.1 物流企业促销与促销目标8.2 发展物流企业的沟通8.3 促销组合的选择和促销预算8.4 物流企业促销策略8.5 物流服务的有形展示第9章 物流客户服务9.1 物流客户服务概述9.2 物流客户关系管理第10章 物流企业市场营销计划、组织与控制10.1 物流企业营销计划10.2 物流企业营销组织10.3 物流企业营销控制参考文献

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>