

<<营销物流管理>>

图书基本信息

书名：<<营销物流管理>>

13位ISBN编号：9787301186589

10位ISBN编号：7301186584

出版时间：2011-4

出版时间：北京大学出版社

作者：李学工，王学军 编

页数：365

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>

## <<营销物流管理>>

### 内容概要

营销物流管理是现代物流管理学科的一个分支，它是基于营销主体物流管理的一门应用学科，其主要内容包括：营销物流的含义及其管理哲学的演进、营销物流的战略与信息系统、营销物流的职能要素系统、营销渠道物流供应链系统、营销模式创新下的营销物流系统，以及营销物流方案设计与应用系统。

《营销物流管理》吸收和借鉴了营销管理与物流管理大量的实践与理论创新的成果，并针对现实中营销主体对物流管理的需要，解决企业营销物流管理的一体化运作，以期满足营销物流活动中科学管理和规范管理的诸方面要求。

《营销物流管理》可作为物流管理、营销管理、工商管理等专业本科生、研究生的教学用书或参考书，也可作为物流管理、营销管理、物流工程从业人员及物流企业行政管理人员的培训教材、参考书或工具书。

## 书籍目录

第1篇 绪论篇 第1章 营销物流及其管理概述1.1营销物流管理的内涵及特点1.1.1与营销物流有关的概念1.1.2营销物流的含义1.1.3营销物流管理的含义及其范畴1.1.4营销物流管理的特点1.2营销物流管理的业务流程及特点1.2.1营销物流管理的业务流程1.2.2营销物流管理业务流程的特点1.3营销物流服务的目标、要素及能力1.3.1营销物流服务的目标1.3.2营销物流服务的构成要素1.3.3营销物流客户服务能力本章小结习题第2章 现代物流管理哲学的演进及趋势2.1现代物流管理哲学的演进及趋势概述2.1.1物流管理哲学的含义2.1.2现代物流管理哲学的演进2.1.3现代物流管理哲学演进的趋势2.2营销物流管理哲学的演变及趋向2.2.1营销物流管理哲学的含义2.2.2营销物流管理哲学演变的环境分析2.2.3营销物流管理哲学的演变2.2.4营销物流管理哲学的发展趋向本章小结习题第2篇 营销物流战略与系统篇 第3章 营销物流环境分析3.1营销物流的宏观环境3.1.1营销物流宏观环境的含义3.1.2营销物流宏观环境分析3.2营销物流的微观环境3.2.1营销物流微观环境的含义3.2.2营销物流微观环境分析3.3消费者购买行为对营销物流的影响3.3.1消费者购买行为对营销流程的影响3.3.2适应消费者购买行为变化能营销物流策略本章小结习题第4章 营销物流预测与决策4.1营销物流预测4.1.1营销物流预测的概念4.1.2营销物流预测的种类4.1.3营销物流预测的基本步骤4.1.4营销物流管理中的预测内容及方法4.2营销物流计划管理4.2.1营销物流计划管理的概念4.2.2营销物流计划管理的分类4.2.3计划管理的程序4.2.4影响营销物流计划管理的权变因素4.2.5营销物流计划管理的方法4.3营销物流决策管理4.3.1决策的概念及特征4.3.2决策的程序4.3.3营销物流决策的类型4.3.4营销物流决策的方法和技术本章小结习题第5章 行业产品营销物流系统5.1营销物流系统的构造及功能5.1.1营销物流系统及其功能要素5.1.2营销物流系统的特点5.1.3营销物流系统的构建5.2工业品营销物流系统5.2.1工业品与工业品营销需求特点5.2.2工业品营销物流及其运作模式5.2.3工业品营销物流系统构建5.3农产品营销物流系统5.3.1农产品营销物流的概念及特点5.3.2农产品营销物流运作模式5.3.3农产品营销物流系统的构建途径5.4服务业营销物流系统——以酒店服务业为例5.4.1酒店服务产品营销特征5.4.2酒店服务采购物流的商品类型及其条件5.4.3酒店社会化物流系统的运作机理5.4.4酒店营销的社会化物流系统运营模式本章小结习题第6章 营销物流订单管理6.1营销订单管理6.1.1营销订单管理的角色6.1.2营销订单管理的作用6.2营销订单管理的前期准备6.3营销订单管理流程6.3.1营销接单6.3.2订单资料输入6.3.3订单资料的查核确认6.3.4订单库存分配6.3.5订单输出6.3.6订单跟踪6.3.7订单异动处理6.3.8订单资料分析6.4营销订单处理的优化模型6.4.1提高订单处理效率的方法6.4.2订单处理的优化模型本章小结习题第7章 营销物流信息系统7.1营销物流信息系统概述7.1.1营销物流信息7.1.2营销物流信息系统的含义与设计原则7.2营销物流信息系统的结构与功能7.2.1营销物流信息系统的结构7.2.2营销物流信息系统的功能7.3营销物流信息技术7.3.1物流信息识别技术7.3.2营销信息存储与交换技术7.3.3物流应用系统7.4营销物流信息系统的职能模块7.4.1订单处理系统7.4.2仓储管理系统7.4.3配送处理系统本章小结习题第8章 营销物流供应链管理方法与技术8.1分销资源计划(DRP)管理8.1.1分销资源计划(DRP)管理的产生8.1.2DRP的运行逻辑8.1.3应用DRP所能取得的收益和局限性8.2有效型顾客反应(ECR)管理8.2.1ECR的含义……第9章 营销物流成本与控制管理第3篇 营销物流职能管理篇第10章 营销物流运输管理第11章 品类与存储管理第12章 流通加工与包装第13章 营销配送管理第14章 营销物流配送中心第15章 营销物流代理第4篇 营销物流应用篇第16章 营销物流渠道供应链的设计及优化第17章 基于物联网的营销物流模式及设计第18章 基于迎新营销模式下的物流系统第19章 营销物流方案的设计与应用

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>