

<<营销渠道概论>>

图书基本信息

书名：<<营销渠道概论>>

13位ISBN编号：9787302150992

10位ISBN编号：7302150990

出版时间：2007-6

出版时间：清华大学

作者：苗月新

页数：357

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>

<<营销渠道概论>>

内容概要

本书重点介绍了营销渠道的基本构成，以国外研究营销渠道的主流方法为依据，研究了渠道成员、渠道环境、渠道价格、渠道设计、渠道促销、渠道成员选择、渠道绩效考核、渠道激励、服务渠道、直销渠道、国际渠道等内容。

每章都安排了相应的案例以便于学员的学习和思考。

本书注重研究中国市场营销渠道管理中出现的新现象、新问题，并对不同行业的营销渠道建设提出了一些观点和看法。

本书可作为高等院校管理专业高年级本科生的教材，也可作为营销学专业、研究生和MBA的参考教材，同时还可作为营销专业教师的参考书以及企业营销人员的培训教材。

<<营销渠道概论>>

书籍目录

前言第一章 营销渠道的概念 第一节 营销渠道的地位和作用 第二节 营销渠道和营销管理战略
第三节 营销渠道的结构与流 本章小结 复习思考题 案例讨论题第二章 渠道参与者 第一节
渠道参与者概况 第二节 生产企业 第三节 中间商 本章小结 复习思考题 案例讨论题第三
章 营销渠道环境 第一节 营销渠道与环境的关系 第二节 营销渠道环境的类型 本章小结 复
习思考题 案例讨论题第四章 营销渠道中的行为过程 第一节 营销渠道中的企业利益和社会责任
第二节 营销渠道中的权力 第三节 营销渠道中的冲突管理 第四节 营销渠道竞争中的道德规
范 本章小结 复习思考题 案例讨论题第五章 渠道战略与渠道设计 第一节 营销渠道战略 第
二节 营销渠道设计 第三节 营销渠道设计的方法及其评价 本章小结 复习思考题 案例讨论题
第六章 渠道成员选择与激励 第一节 渠道成员的选择标准和选择步骤 第二节 渠道成员的激励
本章小结 复习思考题 案例讨论题第七章 营销渠道中的产品、价格问题 第一节 产品概念和
渠道管理 第二节 产品生命周期和渠道管理 第三节 渠道价格 第四节 渠道价格策略 第五节
渠道价格的管理与控制 本章小结 复习思考题 案例讨论题第八章 营销渠道中的促销 第一节
渠道促销的基本含义 第二节 渠道促销类型及其管理.....第九章 直销渠道管理第十章 电子营
销渠道第十一章 渠道成员的绩效评估第十二章 服务业的营销渠道第十三章 国际市场营销渠道参考文献

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>