

<<货运市场营销>>

图书基本信息

书名：<<货运市场营销>>

13位ISBN编号：9787512800434

10位ISBN编号：7512800436

出版时间：2011-8

出版时间：中国民航出版社

作者：何倩茵,许欣逸

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>

<<货运市场营销>>

内容概要

货运市场营销是一门讲述企业如何通过分析市场、选择目标市场、制定市场营销组合策略以及管理营销过程，从而满足客户需求，创造利润的课程。

本书将市场营销、服务营销的理论与货物运输业的特点有机融合，使相关理论与社会实际较为密切地结合在一起。

本书作为高职高专教材，编写以工作过程为导向，注重工学结合，内容设计力求体现理论性、现实性和操作性的统一，系统地介绍了货运营销的基础知识和营销策略。

首先在内容的取舍上力求符合系统性、实用性、通俗性原则，不仅注重对货运服务营销基本知识的掌握，而且对货运营销各工作过程的操作内容都设计了课程实训，以体现高职高专教材理论工学结合的要求；除此之外，教材中还插入“阅读资料”等内容，将理论与企业实际案例紧密结合，一方面拓宽学生学习的知识面，另一方面也使学生更好地理解相关理论。

本书不仅适用于高职高专物流管理专业、运输专业的学生，也可作为相关管理类专业学生和从事物流、运输实际工作人员的培训教材和自学参考书。

<<货运市场营销>>

书籍目录

目录

第一篇 认知货运市场营销

第一章 货运市场营销概述

第二篇 货运市场分析与研究

第二章 货运市场分析

第三章 货运市场调研与预测

第三篇 货运目标市场的选择

第四章 货运目标市场营销

第四篇 制定货运营销策略

第五章 货运企业产品策略

第六章 货运企业价格策略

第七章 货运企业分销渠道策略

第八章 货运企业促销策略

第九章 货运服务营销策略

第五篇 管理货运营销活动

第十章 货运市场营销管理与控制

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>