

<<物流营销>>

图书基本信息

书名：<<物流营销>>

13位ISBN编号：9787562446309

10位ISBN编号：756244630X

出版时间：2009-1

出版时间：重庆大学出版社

作者：熊梅，李严锋 著

页数：355

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>

<<物流营销>>

内容概要

《普通高等学校物流管理专业本科系列教材·物流营销》从物流企业的经营特点和发展现状出发，结合当代国内外营销理论和实务的发展，坚持理论联系实际，运用市场营销理论阐述物流企业开展市场营销活动的基本思路和可以采取的营销策略。

全书共有14章，体系完整，逻辑结构合理，在内容上有一定的创新，具有较强的实用性。

<<物流营销>>

作者简介

李严锋，男，博士。
教授。

职务：云南财经大学商学院院长物流研究所所长 研究专长：管理学担任导师：硕士生导师
社会职务：教育部全国物流类专业教学指导委员会委员，中国物流学会常务理事，中国物流学会特约研究员，云南省高校学术委员会委员，云南省中青年学术技术带头人后备人才，昆明市百货行业协会副会长，澳门科技大学、浙江万里学院客座教授，受云南省国资委委派担任云南物流产业集团外部董事，昆明市西山区政府专家咨询委员会副主任。

主要研究方向：物流与供应链管理、商业流通研究 主要著作有《现代物流管理》、《产业物流与供应链：理论、应用、个案》、《供应链与扩展流通市场研究》、《第三方物流》、《复合型商业业态》、《薪酬管理》、《物流运作管理》、《物流金融》、《物流质量管理》、《物流营销》、《业务流程管理》、《物流网络管理》、《物流采购管理》、《物流产业供应链理论与实践》等，主持国家社科基金项目、教育部人文社科规划课题、云南省“十一五”发展规划重大课题研究、云南省社科基金、云南省教育基金、昆明市“十二五”规划等10余项省市级课题和《云南省乡村流通工程》、《云南富宁港物流中心规划》、《云南红河物流发展规划》等20余项横向课题研究，发表论文130余篇。

代表性成果：《现代物流管理》（第二版）（国家级精品教材、国家“十一五”规划教材、云南省优秀教材）、专著《复合型商业业态》（中国物华图书奖）、专著《产业物流与供应链》、《物流产业供应链理论与实践》；主持国家社科基金项目《面向中国东盟自由贸易区的产业供应链构建研究》结项鉴定为优秀；主持国家第二类特色专业——物流管理，云南省级精品课程《现代物流管理》；云南省级重点专业、特色专业——物流管理、研究生联合培养基地——物流管理主持人；主持2009年国家精品课程《现代物流管理》；获得云南省高等学校名师工作室立项；带领的云南财经大学现代物流与营销管理创新团队为云南省唯一的经济管理类科技创新团队，营销与物流云南省级教学团队带头人。

获奖成果：获2009年云南省教学成果二等奖；2008年云南省社科成果二等奖；2003年云南省科技进步三等奖；2003年云南省高校中青年教师课堂教学比赛二等奖；2008年国家社科基金优秀成果；获2008年云南省教学名师奖；2009年国家级精品教材奖；2009年云南省优秀教材奖；2009年“红云园丁奖”优秀教师。

<<物流营销>>

书籍目录

第1章 物流市场与物流营销1.1 市场与物流市场1.2 物流营销的内涵1.3 物流营销学的相关理论及基本内容案例分析 仓储物流的“龙头企业”——中国物资储运总公司讨论题本章小结关键概念思考题第2章 物流营销管理哲学2.1 物流营销管理哲学及其贯彻2.2 顾客满意与顾客忠诚2.3 物流企业的客户关系管理案例分析 UPS运作的成功经验讨论题本章小结关键概念思考题第3章 物流企业战略与物流营销管理3.1 物流企业战略与战略管理3.2 物流企业的战略规划3.3 规划和实施物流营销管理案例分析 新中铁快运股份有限公司的企业发展战略讨论题本章小结关键概念思考题第4章 物流营销市场环境4.1 物流营销环境概述4.2 物流营销宏观环境分析4.3 物流营销微观环境分析案例分析 宝供的信息化之路讨论题本章小结关键概念思考题第5章 物流市场需求分析和预测5.1 物流市场需求概述5.2 物流市场需求要素5.3 物流市场需求分析5.4 物流市场需求预测案例分析 全球化经济下的上海物流需求预测讨论题本章小结关键概念思考题第6章 物流目标市场营销6.1 物流市场细分6.2 物流企业目标市场的选择6.3 市场定位案例分析 宅急送与宝供——两种不同发展路径物流企业的对比分析讨论题本章小结关键概念思考题第7章 物流服务产品策略7.1 物流企业产品7.2 物流服务产品组合策略7.3 物流产品生命周期及其策略7.4 物流服务品牌策略7.5 物流服务差异化战略案例分析 远成：精彩诠释现代物流讨论题本章小结关键概念思考题第8章 物流服务定价策略8.1 物流服务定价的影响因素8.2 物流服务产品定价方法8.3 物流服务定价策略案例分析 西南航空的低价策略讨论题本章小结关键概念思考题第9章 物流分销渠道策略9.1 物流分销渠道基本模式9.2 物流分销渠道的选择与管理案例分析 日本大和运输的宅急便案例思考本章小结关键概念思考题第10章 物流企业促销策略10.1 物流企业促销目标10.2 物流企业促销策略案例分析 国际物流企业的不同促销方式讨论题本章小结关键概念思考题第11章 物流营销计划、组织与控制11.1 物流营销计划11.2 物流企业市场营销组织11.3 物流企业市场营销控制案例分析 易天物流企业市场营销计划书讨论题本章小结关键概念思考题第12章 物流企业的内部营销管理12.1 内部营销概述12.2 物流企业的人力资源内部营销12.3 物流企业内部营销的实施案例分析 FedEx的人力资源管理讨论题本章小结关键概念思考题第13章 流程管理13.1 流程再造的概念及意义13.2 物流企业的流程管理13.3 物流一体化的流程管理案例分析 浩宏物流的业务流程整合讨论题本章小结关键概念思考题第14章 国际物流营销14.1 国际物流营销相关理论14.2 国际物流业务流程及国际物流系统分析14.3 国际物流营销管理和发展趋势14.4 全球整合营销传播和国际物流营销14.5 物流企业的全球整合营销战略实践模式案例分析 锦程公司国际物流营销实践讨论题本章小结关键概念思考题参考文献

<<物流营销>>

编辑推荐

《普通高等学校物流管理专业本科系列教材·物流营销》可作为普通高等院校物流管理课程的教学用书，也可供成人教育学生、企业物流管理人员和相关专业人员自学、提高之用。

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>