

<<营销渠道管理>>

图书基本信息

书名：<<营销渠道管理>>

13位ISBN编号：9787564105044

10位ISBN编号：7564105046

出版时间：2006-8

出版时间：东南大学出版社

作者：杨春富

页数：328

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>

<<营销渠道管理>>

内容概要

《营销渠道管理》是在强调营销渠道管理重要性的思想指导下编写的。

内容从分析渠道管理环境开始，阐述营销渠道的建立、维护的原则与技术；在介绍管理四大职能——计划、组织、领导激励、控制协调的基础上，进一步讲述渠道管理中的产品管理、价格管理、促销管理和渠道绩效管理；在研究具有中国特色渠道管理的基础上，讲述国际营销渠道管理，学习中外跨国公司建设营销渠道的实践与技巧，研究分析未来的营销渠道。

本教材吸收了国内外营销渠道的新理念、新知识、新技能并用于指导实训与实践，突出实用性。

《高等职业教育物流管理专业系列教材：营销渠道管理》可用于高职高专经济管理、市场营销、物流、国际商务等专业的教材，也可作为在职营销人员的培训的培训教材。

《高等职业教育物流管理专业系列教材：营销渠道管理》内容包括营销渠道概述，营销渠道环境分析，营销渠道的参与者，营销渠道的设计与渠道成员的选择、激励，营销渠道的内部管理、冲突管理和绩效管理，营销渠道中的物流管理，国际营销渠道管理与营销渠道的新视角等内容。

<<营销渠道管理>>

书籍目录

1 概论2 营销渠道环境分析3 营销渠道的参与者4 营销渠道设计与渠道成员的选择5 营销渠道的内部管理6 营销渠道中的冲突管理7 渠道成员激励8 渠道物流管理9 营销渠道绩效评估10 营销渠道的新视觉11 国际营销渠道参考文献

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>