

<<企业营销网络的设计与管理>>

图书基本信息

书名：<<企业营销网络的设计与管理>>

13位ISBN编号：9787802303386

10位ISBN编号：7802303389

出版时间：2006-12

出版时间：社会科学文献出版社

作者：高云龙

页数：402

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>

<<企业营销网络的设计与管理>>

内容概要

在历史上，扬州、泰州地区曾是蜚声遐迩的东南重镇，具有襟带淮泗、控引江南的地理优势，利尽四海、民生所系的经济地位，磅礴郁积、精光勃发的文化积淀。以扬州、泰州为中心的苏中、江淮地区，也是全国经济、文化发展的要津。

山川形胜，人文氤氲，孕育了灿烂的文化，其影响力赓续至今而经久不衰。

《扬泰文库》是扬州大学“扬、泰文论与‘两个率先’”重点学科的标志性成果，包括审美文化、扬州学派、经济管理、社会文化4个系列，80余种学术专著，共计2000余万字。

文库汇集了众多学者的智慧和学识，体现了将扬、泰地区优秀的古代文化与灿烂的现代文明有机交融，相得益彰，交相辉映，发扬光大的理念。

文库规模宏大，影响深远，功在当代，利在千秋。

营销网络的建设是一个系统工程。

著者结合多年教学研究和社会工作，考察了大量国内外营销网络资料，对企业营销网络的管理和设计进行了全面分析，强调并深入研究了网员激励和营销网络绩效评估体系，并对汽车、医药保健品、IT等重点行业的营销网络终端进行重点研究。

<<企业营销网络的设计与管理>>

作者简介

高云龙，1964年10月生，江苏靖江人。
1986年毕业于扬州师范学院，获理学士。
现为扬州大学管理学院副教授。
长期从事市场营销学的教学研究与社会服务工作。
自1986年以来，公开发表学术论文20余篇，出版专著1部，合著1部，主编教材、工具书等10余部。
主持完成省级课题1项，参与完成省级课题2项。

<<企业营销网络的设计与管理>>

书籍目录

前 言 |第一章 营销网络基础 1一 营销渠道与营销网络 1二 营销网络成因分析4三 营销网络的形成与发展11四 营销网络构成要素18五 营销网络的竞争优势22第二章 营销网络组织模式29一 松散型营销网络29二 管理型营销网络31三 公司型营销网络35四 契约型营销网络48五 共生型营销网络68六 营销网络组织模式选择70第三章 营销网员类型74一 制造商及制造商自建网员74二 批发商83三 零售商92四 终端网员103五 代理商110第四章 营销网络设计与开发130一 营销网络设计与开发基本原则130二 营销网络设计的制约因素133三 网络化布局137四 营销网络设计与开发路径141第五章 营销网络流程管理164一 物流管理164二 资金流管理205三 信息流管理215第六章 营销网络管理和网员激励227一 营销网络管理227二 营销网络管理的目标237三 营销网络管理的内容242四 营销网员的激励254五 营销网络管理研究最新发展260第七章 营销网络控制与营销网络冲突264一 营销网络控制的分类264二 控制营销网络的方法270三 营销网络冲突279第八章 营销网络绩效评估314一 营销网络绩效314二 营销网络评估对象和内容319三 营销网员服务水平评估323四 衡量营销网员财务绩效的方法331五 营销网络改进决策347第九章 不同行业营销网络终端分析352一 汽车行业352二 医药保健品行业366三 服装行业373四 IT行业382五 食品饮料行业389主要参考文献401

<<企业营销网络的设计与管理>>

编辑推荐

《扬泰文库·经济管理系列：企业营销网络的设计与管理》结合作者多年从事营销教学研究与社会服务成果与心得，考察大批国内外营销网络方面的相关资料和专著，对企业营销网络的管理和设计进行了全面分析，强调并深入研究了网员激励和营销网络绩效评估体系。

共分九章，主要探讨了营销网络成因与构成要素，营销网络模式，网员类型，营销网络设计与开发，营销网络流程管理，营销网络管理、控制、激励、绩效评估，以及相关行业营销网络终端的建设等内容。

内容科学而富有时代性，系统而又具有操作性，规范并有创新性，是一本满足中国企业经营实践的需要，切实为中国企业搭建国际化、信息化平台做点工作，为培养中、高级营销管理人才提供科学的高质量的作品。

<<企业营销网络的设计与管理>>

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>