

<<营销网络战略>>

图书基本信息

书名：<<营销网络战略>>

13位ISBN编号：9787806322963

10位ISBN编号：7806322965

出版时间：1998-08

出版时间：广东经济出版社

作者：吕一林

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>

<<营销网络战略>>

书籍目录

目录

第一章 营销网络的概念与功能

一 商品经济条件下生产与消费的矛盾

二 营销网络的概念

三 营销网络的功能

第二章 营销网络成员的基本类型

一 独立批发商

二 代理商和经纪人

三 零售商

第三章 新型营销组织

一 连锁商店

二 特许经营

三 制造业公司的销售分支机构

第四章 营销网络的选择与开发

一 目标顾客的购买行为与营销网络选择

二 竞争与营销网络选择

三 企业特征与产品特点

四 营销网络结构选择

五 市场进入规划

第五章 不同行业营销网络选择实例

一 机电产品的营销网络选择

二 日用消费品的营销网络组织

三 食品饮料产品的营销网络选择

四 医药品的营销网络选择

五 高新技术产品的营销网络选择

六 服务业的营销网络选择

第六章 营销网络管理

一 营销网络成员关系管理

二 实体分配管理

三 营销网络信息管理

第七章 国际营销网络

一 国际营销的多种形式

二 国际营销网络的开发与管理

第八章 营销网络的调整与创新

一 对营销网络及网络成员的评价

二 营销网络的调整与创新

三 营销网络创新的发展趋势

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>