

<<运输市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<运输市场营销学>>

13位ISBN编号：9787114053184

10位ISBN编号：7114053185

出版时间：2004-1

出版时间：人民交通出版(北京中交盛世书刊有限公司)

作者：蒋惠园 编

页数：262

字数：419000

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>

<<运输市场营销学>>

内容概要

本书是武汉理工大学“十五”规划教材之一。

全书共分十章，在介绍市场营销的基本概念与基本原理的基础上，针对运输市场和运输生产经营活动的特点，应用市场营销学的基本原理和方法，对运输市场需求和运输企业市场营销活动过程及其规律性进行系统的总结和阐述，用于指导运输市场营销实践。

每章附有复习思考题，部分章（节）内附有案例及例题。

本教材是为交通运输管理、物流管理等专业的运输市场营销学课程所编写的教科书，可作为交通运输领域不同层次管理人员的培训教材，也可作为交通运输领域市场管理、运输经济管理、市场营销、物流管理、市场策划人才的培养指南与参考读物。

<<运输市场营销学>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 市场营销的形成与发展 第二节 市场营销与市场 第三节 运输市场营销
第四节 运输市场营销学的研究对象与研究方法第二章 运输市场营销基本理念 第一节 市场营销
基本理念的演变 第二节 顾客满意理念 第三节 市场营销理念的新发展第三章 运输市场营销与企业
发展战略 第一节 运输市场营销过程 第二节 运输企业总体战略规划第四章 运输市场营销调
研 第一节 运输市场营销调查 第二节 运输市场营销环境分析 第三节 货主与旅客消费行为分
析 第四节 运输市场需求分析预测 第五节 运输市场供给分析第五章 运输市场营销信息系统
第一节 运输市场营销信息 第二节 运输市场营销信息系统概述 第三节 运输市场营销信息系统
设计 第四节 运输市场信息管理系统实例第六章 运输目标市场战略与策划 第一节 运输市场细
分 第二节 目标市场的选择 第三节 运输市场的定位 第四节 企业整体形象设计 第五节 运
输市场营销策划第七章 运输市场营销策略 第一节 运输市场产品策略 第二节 运输市场定价策
略 第三节 运输市场分销渠道策略 第四节 运输市场物流策略 第五节 运输市场促销策略 第
六节 运输市场竞争策略第八章 运输市场营销的组织、计划与控制 第一节 运输市场营销组织
第二节 运输市场营销计划及实施 第三节 运输市场营销控制第九章 运输市场营销技术 第一节
运输市场营销技术意义、程序 第二节 货流及其规律分析 第三节 吸引货源的原理与方法第十章
国际航运市场营销 第一节 国际航运市场现状 第二节 国际航运市场营销特点 第三节 国际航运
市场营销环境分析 第四节 国际航运市场营销战略与策略参考文献

<<运输市场营销学>>

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>