第一图书网, tushu007.com

<<加油站营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<加油站营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787502144807

10位ISBN编号：7502144803

出版时间：2006-7

出版时间：田景惠 石油工业出版社 (2006-07出版)

作者：田景惠

页数：395

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

第一图书网, tushu007.com

<<加油站营销理论与实务>>

内容概要

本书系统总结国内成品油销售年来不断创新服务、发展壮大的经验的基础上，对加油站的起源与发展、经营战略规划、品牌建设、作业流程优化、成本控制信息系统建设、供应链管理、市场营销、人力资源开发、创新管理等诸方面做了系统的阐释和探讨。

本书可供从事成品油销售和相关研究的人士参考，并可作为销售企业的培训教材使用。

第一图书网, tushu007.com

<<加油站营销理论与实务>>

作者简介

田景惠：1962年11月出生，中国社会科学院研究生院企业管理专业毕业，高级会计师，中国石油炼油与销售分公司副总经理。
作者在成品油销售行业工作二十年，经历了成品油由计划经济向市场经济的转变，对现代物流、市场营销和加油站动作有非常深刻的认识，了解掌握中国成品油市场。
主要论著有：《中国石油》及《打造现代供应链》、《推行终端配送　培养核心竞争力》、《构建新型营销体制》等重要文章，并与他人合著《我国现代企业管理制度与实践》。

第一图书网, tushu007.com

<<加油站营销理论与实务>>

书籍目录

第1章加油站的历史、现状与趋势第一节加油站的产生与发展一世界加油站发展简史二中国加油站发展历程第二节加油站营销模式一油品零售业运营特点二加油站的运营模式及其营销模式三加油站业务的盈利分析第三节当代跨国石油公司油品零售业务概况一跨国石油公司概况二跨国石油公司油品销售模式三跨国石油公司的零售服务支持四跨国石油公司的油品配送和供应链管理五跨国石油公司油品零售业务的特点第四节油品零售行业的未来趋势一加油站发展的驱动力二加油站发展的总体趋势三未来的挑战第2章油品零售企业的战略管理第一节战略管理概述一企业战略二战略管理三战略决策第二节成品油零售企业的核心竞争力一成品油零售业的市场定位二成品油零售企业的核心竞争力第三节中国成品油零售企业竞争环境分析一行业引力分析二行业竞争分析第四节油品竞争企业的发展战略一网络扩张战略……

第一图书网, tushu007.com

<<加油站营销理论与实务>>

编辑推荐

本书系统总结国内成品油销售年来不断创新服务、发展壮大的经验的基础上，对加油站的起源与发展、经营战略规划、品牌建设、作业流程优化、成本控制信息系统建设、供应链管理、市场营销、人力资源开发、创新管理等诸方面做了系统的阐释和探讨。
本书可供从事成品油销售和相关研究的人士参考，并可作为销售企业的培训教材使用。

第一图书网, tushu007.com

<<加油站营销理论与实务>>

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