

<<物流市场开发>>

图书基本信息

书名：<<物流市场开发>>

13位ISBN编号：9787562334002

10位ISBN编号：7562334005

出版时间：2011-1

出版时间：华南理工大学出版社

作者：张梅，莫少红 主编

页数：174

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>

## &lt;&lt;物流市场开发&gt;&gt;

## 内容概要

目前,我国物流企业得到了快速发展,迎来了前所未有的发展机遇,同时也面临着竞争日益剧烈的挑战。

如何开辟新的市场领域,提高企业的市场份额,巩固已有客户,发展新客户,成为所有物流企业亟待解决的问题。

本教材借鉴德国“双元制”职业教育模式,引入德国职业教育“行动导向”理念,根据物流企业市场开发部的主要工作过程设置教学内容,结合高职教育特点,设计贴合实际工作的实战训练,让学生边学边做、边做边学,掌握物流企业市场开发的具体操作,使其所学知识与技能与物流企业市场开发岗位要求密切吻合。

本教材是国家示范性高等职业院校南宁职业技术学院的重点建设课程,是高职高专物流管理专业基于工作过程导向的工学结合系列教材之一。

本教材创新点: 第一,根据物流企业市场开发部的主要工作过程对学习内容进行编排,学生在学习的过程中,根据物流企业市场开发的流程一步一步地学习与训练,学生所学知识和技能与物流企业市场开发部的岗位要求完全一致。

第二,以任务为驱动,坚持知识、能力、素质协调发展,突出专业操作能力的训练。

每一重要阶段,都设计与之相符合的实战训练,让学生在团队中学与做,既培养学生的职业能力,也对其职业素质进行充分的锻炼,促使学生综合素质的全面发展,使其更符合物流企业用人的需求。

第三,体例鲜活,贴近高职生实际。

教材体例新颖,图文并茂,突出实战性,增强趣味性。

每个学习情境由任务描述、案例呈现、案例研讨、实战训练和重点回顾构成,在教材内容中适时加入小贴士、小提示等,增加学生学习的兴趣。

## &lt;&lt;物流市场开发&gt;&gt;

## 书籍目录

模块一 物流市场分析 任务一 认知物流市场 1.1 物流行业发展的现状 1.2 我国物流区域的分布及特征 1.3 物流企业的主要运营模式 任务二 分析物流市场环境 2.1 物流市场宏观环境分析——PEST分析方法 2.2 物流市场行业环境分析 2.3 物流市场竞争环境分析 2.4 物流企业内部环境分析 2.5 物流企业SWOT分析 任务三 分析物流市场需求 3.1 了解物流需求 3.2 物流需求的种类 3.3 物流需求分析 任务四 细分物流市场及选择目标市场 4.1 物流市场细分 4.2 选择目标市场 4.3 物流企业市场定位模块二 物流企业营销策略选择 任务五 选择物流企业营销策略 5.1 物流企业产品及服务策略 5.2 物流企业定价策略 5.3 物流企业分销渠道策略 5.4 物流企业促销策略模块三 物流客户开发 任务六 寻找与识别物流客户 6.1 寻找物流客户前的准备工作 6.2 寻找潜在物流客户 6.3 识别物流客户 6.4 建立潜在物流客户档案 任务七 接近物流客户 7.1 接近物流客户的准备 7.2 约见物流客户 7.3 接近物流客户 任务八 处理物流客户异议 8.1 认识物流客户异议 8.2 物流客户异议的类型及产生的根源 8.3 处理物流客户异议的方法与技巧 任务九 促成交易及回收业务款 9.1 认识物流客户成交信号 9.2 促成交易 9.3 回收业务款参考文献

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>