

<<物流市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<物流市场营销学>>

13位ISBN编号：9787562930884

10位ISBN编号：7562930880

出版时间：2010-1

出版时间：武汉理工大学出版社

作者：勾殿红 编

页数：343

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>

<<物流市场营销学>>

内容概要

本书将现代市场营销理论、方法、策略与正在迅速发展中的物流企业的具体情况相结合，阐述了物流企业进行市场营销的基本理论、方法和策略。

全书共分为11章，包括物流市场营销概论、物流市场调研与分析、物流市场细分与目标市场选择、物流企业产品策略、物流企业定价策略、物流企业促销策略、物流分销渠道策略、物流市场营销组合策略、物流客户服务与关系管理以及物流企业市场营销计划、组织与控制和国际物流市场营销。

本书体系完整，结构合理，理论联系实际，特色明显，可作为高职高专院校、成人高等学校以及其他各类学校物流管理及相关专业的教材，也可作为物流企业管理人员、市场营销人员学习、培训参考用书。

<<物流市场营销学>>

书籍目录

1 物流市场营销概论 1.1 市场营销及其观念转变 1.2 物流与物流市场营销 1.3 物流市场营销规划与管理过程
2 物流市场调研与分析 2.1 物流市场调研 2.2 物流市场分析 2.3 客户分析 2.4 竞争者分析
3 物流市场细分与目标市场选择 3.1 物流市场细分 3.2 物流目标市场选择 3.3 物流市场定位
4 物流企业产品策略 4.1 物流产品概述 4.2 品牌与品牌策略 4.3 物流产品市场生命周期 4.4 物流新产品开发
5 物流企业定价策略 5.1 物流产品定价原理 5.2 物流产品定价方法 5.3 物流产品定价技巧
6 物流企业促销策略 6.1 物流企业促销与促销组合 6.2 物流人员推销 6.3 物流广告 6.4 物流营业推广 6.5 物流公共关系 6.6 物流企业识别系统CIS
7 物流分销渠道策略 7.1 物流分销渠道概述 7.2 物流分销渠道设计 7.3 物流分销渠道管理
8 物流市场营销组合策略 8.1 市场营销组合的基本理论 8.2 物流营销组合的基本理论
9 物流客户服务与关系管理 9.1 物流客户服务 9.2 物流客户服务质量管理 9.3 物流客户满意度评价 9.4 物流客户关系管理
10 物流企业营销计划、组织与控制 10.1 物流企业营销计划 10.2 物流企业营销组织 10.3 物流企业营销控制
11 国际物流市场营销 11.1 国际物流市场营销环境 11.2 国际物流市场营销方式及营销组合策略
参考文献

<<物流市场营销学>>

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>