

<<物流与市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<物流与市场营销学>>

13位ISBN编号：9787810784405

10位ISBN编号：7810784404

出版时间：2005-1

出版时间：清华大学出版社

作者：王少愚 编

页数：416

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>

<<物流与市场营销学>>

内容概要

《物流与市场营销学》将现代物流理论、方法和管理技术与现代市场营销理论相结合，并根据物流企业在实际运作中的具体特点，阐述了物流企业进行市场营销的基本理论、方法和策略。全书共分为十一章，主要内容包括了物流市场营销的研究对象、基本概念和方法、营销理念、环境分析、顾客分析、竞争者分析、营销管理信息系统、市场调研与预测，市场细分、目标营销与市场定位、市场营销组合、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略、网络营销方法以及营销管理战略规划与营销管理活动，并在每章后面附有相关案例和思考题。

《物流与市场营销学》体系完整，论述充分，理论联系实际，具有较强的专业特色，可作为高等学校本科教材或者专科辅导教材，也可作为广大物流企业管理人员、物流市场营销人员和从事物流相关业务活动人员学习、培训的参考用书。

<<物流与市场营销学>>

书籍目录

第一章 物流市场营销导论引导案例第一节 市场营销学概述第二节 物流市场营销第三节 物流市场营销活动的主要内容和研究方法案例思考题第二章 物流企业战略规划与营销管理过程引导案例第一节 物流企业战略规划的意义和特点第二节 物流企业战略规划内容与管理第三节 物流企业营销管理与市场营销组合案例思考题第三章 物流市场分析引导案例第一节 物流市场营销环境分析第二节 消费者分析第三节 竞争者分析案例思考题第四章 物流市场营销信息管理引导案例第一节 物流市场营销信息系统第二节 物流市场营销调研第三节 物流市场营销预测案例思考题第五章 物流市场营销组合策略引导案例第一节 物流市场营销组合的基本理论第二节 物流市场营销组合的内容案例思考题第六章 物流企业产品策略引导案例第一节 物流企业产品的概念及特性第二节 物流企业产品品牌策略第三节 物流企业包装策略第四节 产品生命周期策略第五节 物流企业新产品的市场开发案例思考题第七章 物流企业产品的定价策略第八章 物流企业渠道策略第九章 物流企业促销策略第十章 网络营销第十一章 物流企业营销计划、组织与控制参考文献

<<物流与市场营销学>>

编辑推荐

《物流与市场营销学》将现代物流理论、方法和管理技术与现代市场营销理论相结合，并根据物流企业在实际运作中的具体特点，阐述了物流企业进行市场营销的基本理论、方法和策略。

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>