

<<营销渠道>>

图书基本信息

书名：<<营销渠道>>

13位ISBN编号：9787810883771

10位ISBN编号：7810883771

出版时间：2005-12

出版时间：西南财大

作者：张剑渝

页数：268

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>

<<营销渠道>>

内容概要

《营销渠道：关系视角下的解读》对渠道关系的研究，旨在运用交易费用理论、关系营销等相关理论，从渠道关系的渠道模式、治理机制、关系治理、关系行为等方面入手，探讨在不同关系结构下，交易成本、效率、权力、依赖、信任、承诺、满意等关系要素的结构差异对渠道关系的影响与作用路径，进而论证渠道管理的重点是对渠道关系管理的研究命题，探讨实施渠道关系管理的维度与路径。

《营销渠道：关系视角下的解读》在研究思路上主要根据市场营销、交易费用分析的理论范式，采用规范分析方法对渠道关系及其相关问题作演绎与理论推断分析，并结合有关实际资料作相应的归纳性的实证研究。

根据本项研究设计的逻辑思路，《营销渠道：关系视角下的解读》结构上的起、承、转、合分为这样几个部分：一、渠道关系：一个亟待研究的议题；二、渠道：动态的关系系统；三、渠道关系与竞争优势；四、渠道关系：形式、特点与演变的动因；五、渠道关系：治理、治理结构与治理机制；六、渠道关系：关系型渠道治理；七、渠道关系：构建、维持与发展的程序与方法；八、渠道关系中的权力与冲突行为。

<<营销渠道>>

书籍目录

1.营销渠道关系：一个亟待研究的议题1.1 背景与研究命题1.2 研究渠道关系的相关概念2.营销渠道：动态的系统2.1 营销渠道：存在的原因2.2 营销渠道结构：存在与变革2.3 营销渠道：职能与流程2.4 渠道管理的基本内容：渠道结构设计与实施2.5 关系：渠道设计与实施的核心要素3.营销渠道：关系与竞争优势3.1 渠道关系及理论基础3.2 竞争优势的相关理论3.3 渠道竞争优势：一个以关系为关键中间变量的理论框架4.渠道关系：形式、特点与演变动因4.1 传统的常规渠道形式4.2 一体化纵向渠道形式4.3 关系型渠道形式4.4 营销渠道形式的演变趋势4.5 渠道关系——来自中国家电行业的经验5.渠道关系：治理、治理结构、治理机制5.1 治理问题的提出5.2 渠道关系治理的理论回顾与评述5.3 渠道关系治理：治理结构、治理机制、治理维度5.4 观察与实证6.半市场化渠道的关系治理6.1 交易成本、关系营销、权力依赖：关系型渠道的理论基石6.2 关系营销理论与权力依赖理论在渠道的应用6.3 理解渠道关系的理论框架6.4 渠道关系框架的认识与管理意义7.渠道关系：构建、维持、终止7.1 关系建立7.2 关系发展与维持7.3 关系终止8.渠道关系中的权力行为与冲突行为8.1 权力来源、权力运用8.2 冲突：行为、层次、根源与控制参考文献

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>