

<<分销渠道管理学>>

图书基本信息

书名：<<分销渠道管理学>>

13位ISBN编号：9787306032348

10位ISBN编号：7306032348

出版时间：2009-2

出版时间：中山大学出版社

作者：彭建仿 编

页数：352

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>

<<分销渠道管理学>>

前言

当前，由美国次贷危机引发了全球金融危机。

这次金融危机对全球经济的波及范围之广、冲击力之强、连锁效应之快都超出了人们的预料，企业发展遇到了严峻的挑战。

我国政府积极应对这次严重的金融危机，在宏观政策方面进行了果断调整，实施积极的财政政策和适度宽松的货币政策等一系列措施；扩大内需，刺激消费，促进经济又好又快发展；保增长成为经济工作的重点。

从企业微观层面来看，企业应调整发展思路，实施有效的营销战略，积极开拓新市场，抢占市场机遇，这是实现在危机环境下发展的有效途径。

在这种新的国际、国内经济环境下，企业面临的营销环境具有更大的不确定性。

因此，提高企业对环境的适应性和应变能力，就成为一个新的研究课题。

为了更好地满足企业应对金融危机的需要，也为了满足高校培养高素质营销人才的教学需要，经中山大学出版社蔡浩然总编辑的倡议和策划，由西安交通大学经济与金融学院营销学教授、中国高等院校市场学研究会副秘书长郝渊晓担任主编的“普通高等学校‘十一五’市场营销专业规划教材”，在中山大学出版社的大力支持下公开出版。

这是我国高等院校市场营销专业教材建设的重要举措，有利于我国高等院校营销人才素质的提高。

本系列规划教材的编写指导思想是：实现营销理论与实践的有机融合，培养学生的营销实战能力，强化企业营销人员的综合素质。

这套教材的编写人员，汇集了我国十几所高校长期从事营销学教学和研究的专业人员，他们有着丰富的教学经验，收集了大量的有价值的营销案例；他们也有营销实践经验，有的兼任公司的营销顾问，帮助指导企业的营销实践，使企业获得了巨大的成功。

<<分销渠道管理学>>

内容概要

本书介绍了分销渠道结构、分销渠道成员与分销渠道成员关系管理、无店铺零售与连锁零售、分销渠道战略设计与组织模式、分销渠道资源配置与冲突管理、分销渠道物流与信息管理、国际分销渠道管理、分销渠道评估与分销渠道管理新视野等内容，对分销渠道管理从理论和实践方面进行了系统的阐述与分析。

本书内容新颖，理论联系实际，适合高等院校市场营销、工商管理等专业的大学生做教材，亦适合工商企业管理人员及销售使用。

<<分销渠道管理学>>

作者简介

彭建仿，男，1973年7月生，湖北天门人。

重庆工商大学商务策划学院副教授，管理学博士，教育部人才社会科学重点研究基地重庆工商大学长江上游经济研究中心兼职研究人员，重庆市场营销与策划学会、重庆创意产业商会战略发展研究所高级研究员。

<<分销渠道管理学>>

书籍目录

总序第一章 分销渠道概述 第一节 分销渠道在企业营销中的地位 第二节 分销渠道的功能与流程 第三节 分销渠道的基本结构 第四节 分销渠道决策与管理 案例 TCL集团构建深广兼容的分销渠道 本章小结 关键概念 思考题第二章 分销渠道成员 第一节 制造商 第二节 批发商 第三节 零售商 第四节 代理商 案例 转型楷模：雅芳公司 本章小结 关键概念 思考题第三章 分销渠道成员关系的构建与管理 第一节 关系营销概述 第二节 分销渠道成员关系构建 第三节 分销渠道成员关系管理规范 第四节 分销渠道成员战略联盟 案例 成功的分销渠道成员管理，成就了宝洁霸主的地位 本章小结 关键概念 思考题第四章 无店铺零售 第一节 无店铺零售概述 第二节 邮购 第三节 电视购物 第四节 网上零售 第五节 人员直销 案例 饭统网呼叫中心 本章小结 关键概念 思考题第五章 连锁零售 第一节 连锁零售概述 第二节 连锁经营的经营体系 第三节 连锁经营的优势和风险 案例 冰激凌巨头纷纷转战高端连锁市场 本章小结 关键概念 思考题第六章 特许经营 第一节 特许经营概述 第二节 特许经营的运营体系 第三节 特许经营的发展 案例 席殊书屋败在无法控制的加盟店 本章小结 关键概念 思考题第七章 分销渠道的战略设计 第一节 分销渠道战略设计理论 第二节 分销渠道战略设计程序 第三节 分销渠道系统设计分析 第四节 分销渠道战略模式的选择与实施 案例 掌控分销渠道就是掌握未来 本章小结 关键概念 思考题第八章 分销渠道的战略组织模式 第一节 “刚性”纵向一体化组织 第二节 “柔性”垂直整合组织 第三节 混合垂直整合系统 案例 从世界工厂到品牌运营商——美的集团海外市场延伸逻辑 本章小结 关键概念 思考题第九章 分销渠道成员管理 第一节 分销渠道成员的选择 第二节 分销渠道成员的培训 第三节 分销渠道成员的激励 案例 三星笔记本电脑渠道拓展激励计划 本章小结 关键概念 思考题第十章 分销渠道资源配置和冲突管理 第一节 分销渠道资源配置管理 第二节 分销渠道冲突分析 第三节 分销渠道冲突管理策略 第四节 分销渠道窜货的处理 案例 家电企业渠道的“凤凰涅槃” 本章小结 关键概念 思考题第十一章 分销渠道物流管理 第一节 分销渠道物流系统的设计 第二节 商品运输管理 第三节 仓储管理 案例 沃尔玛：做好物流和配送才是成功之道 本章小结 关键概念 思考题第十二章 分销渠道信息管理 第一节 分销渠道信息系统结构 第二节 分销渠道主要信息流程分析 第三节 分销渠道信息系统开发与管理 案例 西安杨森SCM渠道信息管理系统成功案例 本章小结 关键概念 思考题第十三章 国际分销渠道管理 第一节 国际分销渠道的基本模式 第二节 国际分销渠道模式设计与选择 第三节 非出口进入方式下的国际分销渠道 案例 大华公司分销渠道的调整 本章小结 关键概念 思考题第十四章 分销渠道运行状态与绩效评估 第一节 分销渠道运行状态评估 第二节 分销渠道成员服务水平评估 第三节 分销渠道成员财务绩效评估 案例 伯瑞尔瓶装矿泉水进入美国市场 本章小结 关键概念 思考题第十五章 分销渠道管理新视野 第一节 网络分销渠道 第二节 分销渠道整合 第三节 渠道扁平化 第四节 分销渠道战略联盟 案例 伦飞电脑科技公司的渠道扁平化之变 本章小结 关键概念 思考题主要参考文献后记

<<分销渠道管理学>>

章节摘录

第一章 分销渠道概述本章学习目标学完本章后，应该掌握以下内容： 分销渠道在企业营销中的地位； 分销渠道的功能与流程的关系； 分销渠道的基本结构； 分销渠道决策与管理的重要性。

分销渠道是企业完成其产品（服务）交换过程，实现价值，产生效益的重要载体。

面对复杂多变的市场环境，特别是激烈的竞争和快速发展的信息科技挑战，分销渠道正酝酿一场历史性变革。

进入20世纪90年代以来，国外许多企业都十分重视分销系统的创新设计与管理，力求在策略与战略层面上，将分销渠道纳入其核心竞争武库。

相对而言，国内对分销管理的系统研究、应用还比较薄弱。

提高分销渠道的设计与管理水平，已经成为我国企业立足市场、提高竞争力的关键之一。

本章对分销渠道作总体描述，提供设计和管理分销渠道的基本知识。

内容包括：分销渠道在企业营销中的地位，分销渠道的功能和流程，分销渠道的基本结构，分销渠道决策与管理。

<<分销渠道管理学>>

后记

分销渠道管理是企业市场营销管理的重要组成部分，也是企业获取长期竞争优势的战略要素。在经典的营销组合策略“4P”中，通过产品、价格、促销这些策略的差别化来获取竞争优势已经越来越困难，而通过建立特有的渠道，实现渠道管理差别化来获取竞争优势则是可能的，且渠道竞争优势不易被模仿，是企业持久的竞争优势。

因此，“渠道为王”已被许多企业认同，分销渠道管理的重要性越来越凸显。

本书以管理的职能——“计划、组织、执行、协调、控制、评估”为脉络，充分反映“渠道结构”、“渠道行为”、“渠道关系”等当前学术界关于分销渠道管理研究的热点问题，比较系统地涵盖了分销渠道管理的基本理论和方法。

本书由重庆工商大学商务策划学院彭建仿副教授任主编，太原理工大学经济管理学院李竹梅副教授、重庆工商大学商务策划学院崔莹副教授、陕西师范大学王文军博士、西安财经学院刘仓副教授任副主编。

各章撰写分工为：彭建仿撰写第一章、第十章、第十五章；李竹梅撰写第二章、第三章、第九章；刘仓撰写第四章、第五章、第六章；王文军撰写第七章、第八章、第十二章；崔莹撰写第十一章、第十三章、第十四章。

全书由彭建仿副教授设计内容框架并总纂统稿。

感谢中山大学出版社总编辑蔡浩然对本书出版的大力支持，感谢郝渊晓教授在本书编写过程中给予的指导，感谢重庆工商大学商务策划学院院长靳俊喜教授及市场营销教研室同仁在本书编写中给予的帮助。

另外，还要特别感谢面向21世纪教材《分销渠道管理》一书以卜眇金教授为主编的编写团队，由于编者长期使用该教材教学，本书充分吸收了他们的智慧和成果。

在编写过程中，我们还参考了国内营销学方面专家、教授大量的研究文献，在此一并致谢。

<<分销渠道管理学>>

编辑推荐

《分销渠道管理学》是普通高等学校“十一五”市场营销专业规划教材之一。

<<分销渠道管理学>>

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>