

<<物流市场营销理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<物流市场营销理论与实务>>

13位ISBN编号：9787564305475

10位ISBN编号：7564305479

出版时间：2010-2

出版时间：西南交通大学出版社

作者：何娟

页数：283

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>

<<物流市场营销理论与实务>>

内容概要

目前,我国正处于工业化加速发展的新时期,现代物流产业已成为我国国民经济新的重要产业和新的经济增长点。

随着前不久物流产业振兴规划的出台,我国物流业将迎来新一轮大发展,并进入全面、快速发展的新阶段。

正是看到我国物流业巨大的发展潜力,国际物流巨头纷纷抢滩中国市场,占据了我国物流市场大半江山。

反观国内物流企业,从整体上看,基本还停留在旧有的运输企业或货代企业的层面上,综合竞争力与国际相比还存在相当大的差距,一个很重要的原因就是物流市场营销没有引起国内物流企业的足够重视。

在一个竞争激烈的买方市场,企业如果不主动出击进行市场营销,那么必将在竞争中处于劣势。

物流市场营销是物流企业争取客户、占领市场的重要手段,物流市场营销的成功与否直接决定了企业能否生存与发展。

当前,我国物流市场营销研究方兴未艾,学术界已经充分论证了开展物流市场营销的必要性和可行性,初步确立了物流市场营销的理论体系及逻辑框架,并且与实践相结合,指导相关领域运作。

但总体上看,物流市场营销的研究和学科体系的建设尚处于起步和探索阶段,许多问题有待解决。

物流企业开展市场营销需要理论和方法指引。

《物流市场营销理论与实务》正是基于此认识而编写的。

《物流市场营销理论与实务》共分为12章,全面系统地介绍了现代物流市场营销学的内容、原理和方法,主要包括物流市场营销的基本概念,物流市场分析,物流市场调研与需求预测,物流市场细分与目标市场选择,物流服务产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略,物流企业品牌运营战略与策略,物流服务质量与客户关系管理,物流市场营销信息管理,物流企业营销的策划、评价与组织。

《物流市场营销理论与实务》在编写过程中着重突出实用性和可操作性,在阐述理论的同时,结合物流企业经营活动,以大量真实生动的案例阐述了物流企业如何运用市场营销理论认识市场、开拓市场、维护市场,以便更有效地实现企业营销目标。

《物流市场营销理论与实务》各章节都配备了重点、难点和必备技能,并附有复习思考题,便于读者复习以提高学习的主动性和积极性。

<<物流市场营销理论与实务>>

书籍目录

第1章 绪论1.1 市场营销和物流概述1.2 物流市场营销的概念、内容及意义1.3 物流市场营销学的研究对象、核心观念与研究方法小结复习思考题第2章 物流市场分析2.1 物流市场营销环境分析2.2 物流市场客户分析2.3 竞争者分析小结复习思考题第3章 物流市场调研与需求预测3.1 物流市场调研3.2 物流市场需求预测小结复习思考题第4章 物流市场细分与目标市场选择4.1 物流市场细分4.2 物流目标市场选择4.3 物流目标市场定位4.4 物流服务营销策略及其组合小结复习思考题第5章 物流服务产品策略5.1 物流服务产品与产品组合5.2 物流服务产品生命周期策略5.3 物流新产品的开发策略小结复习思考题第6章 物流服务产品价格策略6.1 物流服务产品定价基本原理6.2 物流服务产品定价的影响因素分析6.3 物流服务产品定价的方法与策略小结复习与思考第7章 物流服务产品分销渠道策略7.1 物流服务产品分销渠道概述7.2 物流服务产品分销渠道选择7.3 物流服务产品分销渠道管理小结复习思考题第8章 物流企业促销策略8.1 物流企业促销与促销组合8.2 物流企业人员推销策略8.3 物流企业广告策略8.4 公共关系8.5 营业推广8.6 物流服务的有形展示小结复习思考题第9章 物流企业品牌运营策略9.1 品牌与品牌资本概述9.2 物流企业品牌营销战略9.3 物流企业品牌资本运营策略小结复习思考题第10章 物流服务质量与客户关系管理10.1 物流服务质量管理10.2 物流客户关系管理小结复习思考题第11章 物流市场营销信息管理11.1 物流企业营销信息系统的內容11.2 物流企业营销信息系统的设计小结复习思考题

<<物流市场营销理论与实务>>

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>