

<<绿色营销绩效管理>>

图书基本信息

书名：<<绿色营销绩效管理>>

13位ISBN编号：9787802070455

10位ISBN编号：7802070457

出版时间：2005-1

出版时间：经济管理出版社

作者：司林胜

页数：316

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>

<<绿色营销绩效管理>>

内容概要

《绿色营销绩效管理》集成营销理论、可持续发展理论、福利经济学、博弈论、系统论、控制论、模糊数学、人工神经网络等多学科理论和方法，对绿色营销绩效管理进行了系统研究，提出了一些新概念、新原理和新方法。

可持续发展这一新的发展观不仅要求实现宏观、中观的可持续发展，而且要实现经济微观基础——企业的可持续发展，而企业可持续发展的重要内容之一就是实施绿色营销。

<<绿色营销绩效管理>>

作者简介

魏明侠，男，汉族，1969年6月出生于河南唐河，副教授，2002年6月毕业于武汉理工大学管理科学与工程专业，博士研究生，管理学博士，河南省财政学会理事，河南省高教学会电子商务分会理事，河南省优秀青年骨干教师，主要研究方向：信用管理、电子商务管理和营销管理等。近年来在《中国流通经济》、《商业经济与管理》和《科学学与科学技术管理》等核心期刊公开发表学术论文50多篇，其中ISTP收录7篇，人大复印资料收录2篇；已出版《绿色营销绩效管理研究》等著作3部。

参与完成国家自然科学基金资助项目“现代企业绿色营销绩效的综合评价与控制研究”（70072030）、国家社科基金资助项目“EDI效益评价研究”（98BJY051），等国家级、省部级项目7项，目前主持承担国家自然科学基金项目1项，省级项目3项，厅级项目3项；获得“河南省社会科学优秀成果”省级贰等奖等科研成果奖励3项。

<<绿色营销绩效管理>>

书籍目录

第1章 导论1.1 绿色营销背景和意义1.2 国内外相关研究现状评析1.3 研究目标、内容和方法第2章 绿色营销基本范畴2.1 营销理论的发展2.2 绿色营销的重要意义2.3 绿色营销的内涵和特征2.4 绿色营销的观念2.5 绿色营销蕴含的思想第3章 绿色营销绩效系统构建3.1 绩效3.2 绿色营销绩效3.3 绿色营销绩效系统3.4 绿色营销绩效系统构建第4章 绿色营销绩效外部作用机理4.1 绿色营销的外部性分析4.2 绿色营销绩效形成：博弈分析4.3 绿色营销绩效表现：福利分析4.4 绿色营销绩效扭曲：逆向选择第5章 绿色营销绩效内部实现机制5.1 绿色营销绩效影响因素5.2 绿色营销绩效基本原理5.3 绿色营销绩效实现方式5.4 绿色营销绩效实现过程第6章 绿色营销绩效评价指标体系6.1 绿色营销绩效评价指标体系结构6.2 绿色营销绩效评价综合指标描述6.3 绿色营销绩效评价基础指标描述6.4 绿色营销绩效评价指标的关系和特征第7章 绿色营销绩效评价方法7.1 绿色营销绩效评价内容与要求7.2 绿色营销绩效集成评价方法7.3 绿色营销绩效评价模型的建立7.4 绿色营销单维绩效评价方法第8章 绿色营销绩效控制及改善第9章 绿色绩效管理实证分析第10章 全书总结与研究展望参考文献后记

<<绿色营销绩效管理>>

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>