

<<现代物流营销管理>>

图书基本信息

书名：<<现代物流营销管理>>

13位ISBN编号：9787508458168

10位ISBN编号：7508458168

出版时间：2008-8

出版时间：水利水电出版社

作者：李雪松 编

页数：255

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>

<<现代物流营销管理>>

前言

随着经济全球化和我国加入“WTO”、改革开放的进一步深化，商业市场逐步向国际化的方向发展，我国电子商务技术和物流产业也有了迅速的发展，已成为极具活力的产业。

由于高新技术和现代管理方法的应用，我国传统的商务、物流活动在管理理念、组织方式、管理制度、业务流程、信息处理手段及作业方式等诸多方面已不能适应现代商务、物流行业发展的需要，由此引发了对电子商务、现代物流等行业专业技术人才和管理人才的竞争。

这些人才应具有现代管理思维方式、组织管理方法和现代技术手段。

这就对教育部门提出了新的要求：如何培养出适合现代商务、物流等行业急需的专门人才。

本套教材是为了配合培养电子商务、现代物流行业专门人才的需要而组织编写的。

现在，有许多高等院校为了适应人才市场的需要，已经或正在准备成立电子商务、物流管理或物流工程专业。

为此，我们组织在这方面具有较高教学水平和教学经验的一线教师精心编写了这套教材，为培养电子商务、现代物流行业的专门人才尽一份力量。

本套《21世纪电子商务与现代物流管理系列教材》具有如下特点：（1）面向21世纪电子商务与物流人才培养的需求，结合本专业学生的培养特点，针对性强。

本套教材的作者都是长期在第一线从事教学的教授、副教授，有的还是硕士生导师、博士生导师，他们都有丰富的教学经验，对学生的基本情况、特点和认知规律等有深入的了解。

（2）本套教材以基本的理论知识为主，阐述相关的实用技术和方法。

在写法上，为了激发学生的兴趣，采用以案例教学的方式，用典型的实例讲解有关的理论与技术的具体操作方法，使学生易于接受。

（3）每本书的编写注重以“深入浅出”、“言简意明”为原则，论述基本原理与使用方法，以实例分析的形式阐述具体的分析、操作过程，使读者从一般理论知识到实际运用有一个全面的认识。

（4）书中每章前面有：知识点、难点提要与本站的要求、需要熟练掌握的内容和一般了解的内容；每章结尾有“小结”。

为了方便学生自学自查，各章配有较多数量的练习题，习题的形式多种多样，有选择题、判断题、填空题、简答题、论述题和思考题等。

<<现代物流营销管理>>

内容概要

本书以现代物流企业的市场营销作为研究对象，从现代物流管理的角度出发，全面系统地介绍了现代物流市场营销基本原理、方法、策略和运作实务。

全书共分十三章，包括物流营销管理概论、物流企业战略计划与营销管理过程、物流市场分析、物流营销信息管理、物流客户需求分析、物流市场细分与目标市场的选择、物流营销组合策略、物流产品策略、物流服务定价策略、物流服务分销渠道策略、物流服务促销策略、物流客户服务与关系管理和物流企业营销计划、组织与控制。

本书主要作为物流管理及相关专业本科以上学历学生的教科书、参考书，也可作为物流企业管理人员及其他市场营销人员的学习、培训的参考资料和决策指南。

<<现代物流营销管理>>

书籍目录

序前言第1章 物流营销管理概述 1.1 市场营销学概述 1.1.1 市场营销学的产生与发展 1.1.2 市场营销学的研究对象与方法 1.1.3 市场与市场营销 1.1.4 市场营销的核心概念 1.1.5 市场营销观念 1.1.6 市场营销的新理念 1.2 物流市场营销 1.2.1 物流与物流企业 1.2.2 物流营销及其特点 1.2.3 物流营销的地位与作用 1.2.4 物流营销的目的与原则 1.3 案例分析 1.3.1 案例一 1.3.2 案例二 本章小结 习题一第2章 物流企业战略计划与营销管理过程 2.1 物流企业战略计划 2.1.1 确定公司使命 2.1.2 建立战略业务单位 2.1.3 战略业务单位的评估 2.1.4 计划新业务 2.1.5 放弃过时的业务 2.2 物流营销战略与营销管理过程 2.2.1 物流营销战略的概念与特点 2.2.2 物流营销战略计划的制定 2.2.3 物流企业营销管理过程 2.3 案例分析 2.3.1 案例一 2.3.2 案例二 本章小结 习题二第3章 物流市场分析 3.1 物流营销环境概述 3.2 物流营销宏观环境分析 3.3 物流营销微观环境分析 3.4 物流营销环境分析方法 3.5 案例分析 本章小结 习题三第4章 物流营销信息管理 4.1 物流营销信息系统概述 4.2 物流市场调查 4.3 物流市场预测 4.4 案例分析 本章小结 习题四第5章 物流客户需求分析第6章 物流市场细分与目标市场选择第7章 物流市场营销组合策略第8章 物流产品策略第9章 物流服务定价策略第10章 物流分销渠道策略第11章 物流服务促销策略第12章 物流客户服务与关系管理第13章 物流企业营销计划、组织与控制参考答案参考文献

章节摘录

插图：第1章 物流营销管理概述市场营销学是研究市场营销活动及其规律的应用科学。准确把握市场营销观念，正确认识市场营销活动的实质，对现代物流企业的营销工作具有非常重要的意义。

现代物流企业的经营活动离不开营销策略的正确运用，物流营销是一个全新的概念它是一种专业化营销，有其自身的结构、要素和运行的特点。

它的使命是围绕物流市场的需求，提供最可能的供应途径，在最有效的和最经济的成本前提下，为客户提供满意的物流服务。

<<现代物流营销管理>>

编辑推荐

<<现代物流营销管理>>

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>