

<<物流营销实务>>

图书基本信息

书名：<<物流营销实务>>

13位ISBN编号：9787563517992

10位ISBN编号：7563517995

出版时间：北京邮电大学出版社

作者：吴莹莹 编

页数：151

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>

## <<物流营销实务>>

### 内容概要

《物流营销实务》根据物流行业的特点，以理论结合实践为出发点，以必需、实用为原则，阐述了物流企业进行市场营销的基本理论、方法、策略以及管理等知识。

由于中等职业学校的目标是培养生产企业一线操作人员，因此本书在编写中，在对物流营销基本理论进行阐述的同时，还针对各单元的内容精心选择了相关的案例，并设计了训练题，以便于学习者更好地将理论知识和业界的实践结合起来，提高从业能力。

为了激发学生了解新知识的积极性，并给教师引申拓展的余地。

书中还设计了“读一读”、“小资料”、“议一议”等栏目。

全书共分为4个单元，主要包括物流营销基本理论、物流营销策略、物流营销管理、物流营销人员的素质要求和基本礼仪。

每个单元又分为几个模块进行介绍，每个单元后还附有综合训练题供学生和教师复习本单元时选择使用。

## &lt;&lt;物流营销实务&gt;&gt;

## 书籍目录

第一单元 物流营销基本理论模块一 物流营销和物流营销观念知识点一 市场营销与物流营销知识点二 物流营销的内容和特征知识点三 现代物流营销观念模块二 物流企业市场分析知识点一 物流营销市场分析知识点二 物流市场细分知识点三 物流企业目标市场的选择知识点四 物流企业市场定位综合训练第二单元 物流营销策略模块一 物流产品策略知识点一 物流产品概述知识点二 物流产品的市场生命周期策略知识点三 物流产品新产品开发策略知识点四 物流产品品牌策略模块二 物流产品定价策略知识点一 物流产品定价概述知识点二 物流产品基本定价方法知识点三 物流服务定价策略模块三 物流企业渠道策略知识点一 物流企业分销渠道的基本模式知识点二 物流渠道的设计与选择知识点三 物流渠道的管理模块四 物流企业促销策略知识点一 物流企业促销概述知识点二 物流企业促销组合策略知识点三 物流企业促销策略知识点四 物流企业广告宣传策略知识点五 物流企业公共关系策略知识点六 物流企业营业推广策略模块五 物流服务的有形展示综合训练第三单元 物流营销管理模块一 物流营销信息管理模块二 物流企业市场营销调研和预测模块三 物流客户关系管理综合训练第四单元 物流营销人员的素质要求和基本礼仪知识点一 物流营销人员的素质要求知识点二 塑造良好的职业形象知识点三 物流营销人员的基本礼仪综合训练

## &lt;&lt;物流营销实务&gt;&gt;

## 章节摘录

第一单元 物流营销基本理论 学习目标 通过本章的学习掌握市场营销和物流营销的概念，物流营销环境分析、物流市场细分、市场定位和目标市场的有关概念；理解物流市场分析在物流运营中的作用，学会进行物流营销环境分析、客户分析和竞争者分析的方法；以及进行物流市场细分、市场定位和目标市场的选择方法；了解物流营销在物流运营中的地位、作用、内容、特点和原则。树立现代物流营销的观念，为学习其他各章打下基础。

模块一 物流营销和物流营销观念 知识点一 市场营销与物流营销 一、市场营销 (一) 市场营销的含义 “市场营销”的英文原文为“Marketing”。一般认为市场营销是通过市场交换满足现实或潜在需求的综合性经营销售活动。美国著名的营销学者菲利普·科特勒对市场营销的概念进行了如下的描述：“市场营销是个人或群体通过创造，提供并同他人交换有价值的产品，以满足各自的需要和欲望的一种社会活动和管理过程。

” 对这一定义我们要从以下几方面来理解： 市场营销的目标是“满足消费者的显性或潜在的需要和欲望”。

市场营销的核心是达成交易，以实现交换来满足买卖双方的需求和欲望。

市场营销的效果通过交换来取得，而交换过程进行得顺利与否，取决于你所创造的产品的价值满足欲望和需求的程度及对交换过程管理的水平。

市场营销是一个过程，通过这个过程来达成其目标、取得其效果。

……

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>