

<<直销学概论>>

图书基本信息

书名：<<直销学概论>>

13位ISBN编号：9787564133771

10位ISBN编号：7564133775

出版时间：2012-3

出版时间：东南大学出版社

作者：刘金章

页数：337

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>

<<直销学概论>>

内容概要

《直销经营管理系列教材：直销学概论（第2版）》系统地阐述了直销学的基本原理；科学界定了直销与相关概念的区别与联系；分析了直销形成的原因与发展的趋势；介绍了直销的销售策略、销售方式及特色管理；运用经济学的理论解释了直销运行的规律以及它自身建设的法律问题、直销企业文化建设问题和政府监管的诸多问题。

每章后附有案例及复习思考题，以加强读者对每章知识的理解、应用与把握。

本次再版，是在第一版的基础上增加了第11章，并对原书中第1、2、4、5章内容作了部分更新。

《直销经营管理系列教材：直销学概论（第2版）》理论联系实际，可作为本、专科直销经营管理及市场营销专业的教材，也可供直销管理人员及从业人员阅读。

<<直销学概论>>

作者简介

刘金章，男，河北省人，中共党员，1962年毕业于天津财经学院金融专业，天津财经大学教授；现任天狮职业技术学院经济管理系主任、天津财经大学咨询委员会委员、金融学科保险专业研究生导师，兼任厦门大学金融研究所特邀研究员、马来西亚赛世学院客座教授、美国俄克拉荷马市荣誉市民、中国市场学会理事、天津老教授学会理事等。在金融、保险、管理等领域先后出版专著、教材、工具书等30余部，发表学术论文百余篇。

<<直销学概论>>

书籍目录

1 直销概述1.1 直销的概念与分类1.1.1 直销的基本概念1.1.2 直销的分类1.2 相关概念的辨析与界定1.2.1 单层次直销和多层次直销的异同1.2.2 多层次直销与直效营销的区别1.2.3 多层次直销和非法传销的区别1.3 直销的特征与魅力1.3.1 直销的特征1.3.2 直销的魅力1.4 直销产品的特征1.4.1 直销产品同质性高1.4.2 直销产品价格的合理性难以确定1.4.3 直销产品实行包退包换制度1.5 直销与品牌建立1.5.1 品牌的本质涵义1.5.2 直销有利于品牌知名度的建立与提升复习思考题2 直销的发展历程和现状3 直销学的理论基础4 多层次直销销售效率分析5 直销策略6 直销的营销方式7 直销企业争奇斗艳的特色管理8 直销企业的文化建设9 直销立法和商业道德10 直销的监督管理11 直销发展升级的替代渠道——CDE营销12 《直销管理条例》解读附录参考文献及网站后记

<<直销学概论>>

编辑推荐

社会在发展，时代在进步，变化总是在发生。

一部教材要永葆它的适用性、前沿性和先进性，就必须紧跟时代的步伐和行业的发展与变革，不断进行修订、升华与补充，才会使其内容体系日臻完善，特色鲜明。

本次再版是在2011年9月修订的基础上，又增添了“直销发展升级的替代渠道——CDE营销”一章；对原书中第1、2、4、5章中的内容进行了增补。

<<直销学概论>>

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>