

<<营销渠道管理>>

图书基本信息

书名：<<营销渠道管理>>

13位ISBN编号：9787565407444

10位ISBN编号：7565407445

出版时间：2012-4

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：张闯

页数：275

字数：374000

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>

<<营销渠道管理>>

内容概要

这本权威教材的内容架构很好地平衡了渠道结构设计、选择理论与渠道行为理论这两大研究领域

。虽然这本引进版的教材由于其内容相对庞杂，理论内容也有些深度，可能并不适合作为本科生课堂教学的教材，但它却极大地丰富了国内营销渠道管理教学的内容，对渠道行为理论的研究也有颇多启发

作者简介

张闯，1977年生，黑龙江省甘南县人。

管理学博士，东北财经大学工商管理学院副教授，西安交通大学管理学院博士后(在站)，曾留学加拿大西安大略大学，入选辽宁省“高等学校优秀人才支持计划”。

长期从事市场营销及流通理论教学与研究，曾出版专著《社会网络视角下的渠道权力结构与策略研究》(2008)；主持完成国家社会科学基金青年项目(2007~2009)和教育部人文社会科学青年项目(2007~2009)各1项，主持中国博士后科学基金项目(2009~2011)和教育部人文社会科学规划项目(2010~2013)各1项；在《管理世界》《中国工业经济》《财贸经济》《经济管理》《营销科学学报》《产业与管理论坛》(台湾)等核心期刊发表论文50余篇。

<<营销渠道管理>>

书籍目录

第1章 导论

学习目标

- 1.1 营销渠道及其成员与参与者
- 1.2 营销渠道的功能及流程
- 1.3 营销渠道存在的原因
- 1.4 营销渠道的研究视角与内容

本章小结

拓展学习

复习思考题

延伸阅读

第2章 营销渠道结构设计

学习目标

- 2.1 营销渠道结构设计的一般过程
- 2.2 影响营销渠道结构的因素
- 2.3 渠道成员的选择

本章小结

拓展学习

复习思考题

延伸阅读

第3章 营销渠道纵向一体化决策

学习目标

- 3.1 渠道纵向一体化的理论框架
- 3.2 渠道纵向一体化决策的影响因素
- 3.3 营销渠道控制：渠道纵向一体化的另一个视角

本章小结

拓展学习

复习思考题

延伸阅读

第4章 营销渠道系统

学习目标

- 4.1 垂直渠道系统
- 4.2 水平渠道系统
- 4.3 多渠道系统

本章小结

拓展学习

复习思考题

延伸阅读

第5章 营销渠道权力与依赖

学习目标

- 5.1 渠道权力是渠道依赖的反映
- 5.2 渠道权力的来源与应用
- 5.3 渠道权力结构的平衡与演化机制

本章小结

拓展学习

复习思考题

<<营销渠道管理>>

延伸阅读

第6章 营销渠道冲突、合作与联盟

学习目标

6.1 渠道冲突

6.2 渠道合作、信任与承诺

6.3 营销渠道联盟

本章小结

拓展学习

复习思考题

延伸阅读

第7章 营销渠道领导、激励与沟通

学习目标

7.1 渠道领导

7.2 渠道激励

7.3 渠道沟通

本章小结

拓展学习

复习思考题

延伸阅读

第8章 营销渠道投机行为与渠道治理

学习目标

8.1 渠道投机行为及其类型

8.2 渠道治理机制

8.3 关系治理机制：本土视角

本章小结

拓展学习

复习思考题

延伸阅读

第9章 营销渠道关系与网络

学习目标

9.1 渠道关系的构成维度

9.2 渠道关系的生命周期过程

9.3 渠道网络

本章小结

拓展学习

复习思考题

延伸阅读

第10章 营销渠道绩效评价与调整

学习目标

10.1 渠道系统绩效评价

10.2 渠道成员绩效评价

10.3 渠道调整

本章小结

拓展学习

复习思考题

延伸阅读

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>