

<<分销渠道管理学>>

图书基本信息

书名：<<分销渠道管理学>>

13位ISBN编号：9787801627193

10位ISBN编号：7801627199

出版时间：2003-9-1

出版时间：经济管理出版社

作者：雷培莉,李五四,孟繁荣

页数：357

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>

<<分销渠道管理学>>

内容概要

本书全面系统的介绍了分销渠道的基础理论知识，渠道的组织、设计、实施、控制与绩效评估。适合于经济学专、本科生学习用，同时对于企业的销售经理人员，本书亦能起到很大的帮助。

<<分销渠道管理学>>

书籍目录

上篇 分销渠道基本原理与结构第一章 分销渠道管理的基本原理第一节 分销渠道的概念、特点及意义第二节 分销渠道存在的基本经济学原理第三节 分销渠道的流程与功能案例1 可口可乐的卖场促销策略案例2 IBM进行PC渠道世纪盘整第二章 分销渠道的结构第一节 分销渠道的层次第二节 在某一既定层次上的宽度结构第三节 分销渠道的系统结构的发展第四节 构建分销渠道的竞争优势案例1 IBM公司的PC机分销网络案例2 “亚马逊模式”生机无限中篇 分销渠道组织第三章 批发商第一节 批发商的概念与作用第二节 批发商的类型第三节 我国批发商的变迁和发展案例1 农产品批发初尝电子商务案例2 ST郑百文：跌入深渊第四章 零售商第一节 零售的定义与分类第二节 选择零售定位策略第三节 零售经营战略发展趋势案例1 连锁巨头沃尔玛案例2 美国零售商业营销管理的新特点第五章 无店铺零售第一节 直接推销第二节 直复营销第三节 网络渠道案例1 Nextcard公司案例2 联邦快递公司“就是要让网络成为经营业务的最佳方式”第六章 特许经营第一节 特许经营概述第二节 特许经营合同.....第七章 国际市场分销渠道下篇 分销渠道设计、实施、控制与绩效评估第八章 分销渠道设计第九章 渠道权力的获得、运用和保持第十章 分销渠道的冲突与联合第十一章 物流管理第十二章 中间商的选择、分销渠道的控制与绩效评估参考资料

<<分销渠道管理学>>

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>