

<<营销渠道>>

图书基本信息

书名：<<营销渠道>>

13位ISBN编号：9787810883771

10位ISBN编号：7810883771

出版时间：2005-12

出版时间：西南财大

作者：张剑渝

页数：268

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>

## &lt;&lt;营销渠道&gt;&gt;

## 内容概要

《营销渠道：关系视角下的解读》对渠道关系的研究，旨在运用交易费用理论、关系营销等相关理论，从渠道关系的渠道模式、治理机制、关系治理、关系行为等方面入手，探讨在不同关系结构下，交易成本、效率、权力、依赖、信任、承诺、满意等关系要素的结构差异对渠道关系的影响与作用路径，进而论证渠道管理的重点是对渠道关系管理的研究命题，探讨实施渠道关系管理的维度与路径。

《营销渠道：关系视角下的解读》在研究思路上主要根据市场营销、交易费用分析的理论范式，采用规范分析方法对渠道关系及其相关问题作演绎与理论推断分析，并结合有关实际资料作相应的归纳性的实证研究。

根据本项研究设计的逻辑思路，《营销渠道：关系视角下的解读》结构上的起、承、转、合分为这样几个部分：一、渠道关系：一个亟待研究的议题；二、渠道：动态的关系系统；三、渠道关系与竞争优势；四、渠道关系：形式、特点与演变的动因；五、渠道关系：治理、治理结构与治理机制；六、渠道关系：关系型渠道治理；七、渠道关系：构建、维持与发展的程序与方法；八、渠道关系中的权力与冲突行为。

## &lt;&lt;营销渠道&gt;&gt;

## 书籍目录

1.营销渠道关系：一个亟待研究的议题1.1 背景与研究命题1.2 研究渠道关系的相关概念2.营销渠道：动态的系统2.1 营销渠道：存在的原因2.2 营销渠道结构：存在与变革2.3 营销渠道：职能与流程2.4 渠道管理的基本内容：渠道结构设计与实施2.5 关系：渠道设计与实施的核心要素3.营销渠道：关系与竞争优势3.1 渠道关系及理论基础3.2 竞争优势的相关理论3.3 渠道竞争优势：一个以关系为关键中间变量的理论框架4.渠道关系：形式、特点与演变动因4.1 传统的常规渠道形式4.2 一体化纵向渠道形式4.3 关系型渠道形式4.4 营销渠道形式的演变趋势4.5 渠道关系——来自中国家电行业的经验5.渠道关系：治理、治理结构、治理机制5.1 治理问题的提出5.2 渠道关系治理的理论回顾与评述5.3 渠道关系治理：治理结构、治理机制、治理维度5.4 观察与实证6.半市场化渠道的关系治理6.1 交易成本、关系营销、权力依赖：关系型渠道的理论基石6.2 关系营销理论与权力依赖理论在渠道的应用6.3 理解渠道关系的理论框架6.4 渠道关系框架的认识与管理意义7.渠道关系：构建、维持、终止7.1 关系建立7.2 关系发展与维持7.3 关系终止8.渠道关系中的权力行为与冲突行为8.1 权力来源、权力运用8.2 冲突：行为、层次、根源与控制参考文献

#### 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>