

《营销网络设置与管理》

图书基本信息

书名：《营销网络设置与管理》

13位ISBN编号：9787505815070

10位ISBN编号：7505815075

出版时间：1998-11

出版社：经济科学出版社

页数：510

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

书籍目录

目录	
序言	
第一章 营销网络概论	
第一节 营销网络概念	
第二节 营销网络设置与管理	
第三节 营销网络功能与作用	
第二章 营销网络决策与布局	
第一节 营销战略与营销网络决策	
第二节 营销网络布局目标	
第三节 营销网络布局类型	
第三章 营销网络模式	
第一节 营销渠道	
第二节 营销网络模式	
第三节 营销网络模式选择	
第四章 营销网络设置与管理	
第一节 营销网络设置方案	
第二节 营销网络方案设置步骤	
第三节 营销网络控制、管理与改进	
第四节 国际市场营销网络	
第五节 综合案例研究	
第五章 营销网员类型	
第一节 终端网员	
第二节 中间商网员	
第三节 制造商自建网员	
第六章 营销网员政策	
第一节 营销网络政策	
第二节 消费者网员政策	
第三节 中间商网员政策	
第七章 营销网员管理	
第一节 客户管理	
第二节 中间商网员管理	
第三节 自建网员管理	
第八章 营销网络信息流管理	
第一节 营销网络信息系统	
第二节 信息内部循环系统	
第三节 营销网络信息运用	
第四节 营销网络与信息高速公路	
第九章 营销网络物流管理	
第一节 物流体制管理	
第二节 物流策略组合	流程管理
第三节 物流成本管理	
第四节 现代物流与配送中心	
第十章 营销网络促销流管理	
第一节 营销网络促销流概述	
第二节 促销流组成要素	
第三节 促销流决策	
第四节 促销流成本预算	

第十一章 营销网络财流管理

第一节 营销网络成本费用管理

第二节 应收账款管理

第三节 营销网络财流结算方式

第四节 营销财务损益管理

第十二章 营销网络设置与管理评价

第一节 营销网络设置评价标准

第二节 营销网络管理评价内容

第三节 营销网络改进

第四节 营销网络经济效益评价

案例一 联想营销网络布局图

案例二 四通打字机营销网络设置与管理

案例三 中国国际航空公司网络布局图

案例四 春兰集团营销网络设置与管理

案例五 连邦营销网络设置与管理

案例六 丰田公司营销网络设置与管理

参考书目

《营销网络设置与管理》

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:www.tushu000.com