

# 《营销物流管理》

## 图书基本信息

书名：《营销物流管理》

13位ISBN编号：9787301186589

10位ISBN编号：7301186584

出版时间：2011-4

出版社：北京大学出版社

页数：365

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](http://www.tushu000.com)

# 《营销物流管理》

## 内容概要

《营销物流管理》是现代物流管理学科的一个分支，它是基于营销主体物流管理的一门应用学科，其主要内容包括；营销物流的含义及其管理哲学的演进、营销物流的战略与信息系统、营销物流的职能要素系统、营销渠道物流供应链系统、营销模式创新下的营销物流系统，以及营销物流方案设计与应用系统。

《营销物流管理》吸收和借鉴了营销管理与物流管理大量的实践与理论创新的成果，并针对现实中营销主体对物流管理的需要，解决企业营销物流管理的一体化运作，以期满足营销物流活动中科学管理和规范管理的诸方面要求。

《营销物流管理》可作为物流管理、营销管理、工商管理等专业本科生、研究生的教学用书或参考书，也可作为物流管理、营销管理、物流工程从业人员及物流企业行政管理人员的培训教材、参考书或工具书。

第1篇 绪论篇	第1章 营销物流及其管理概述	1.1 营销物流管理的内涵及特点	1.1.1 与营销物流有关的概念	1.1.2 营销物流的含义	1.1.3 营销物流管理的含义及其范畴	1.1.4 营销物流管理的特点	1.2 营销物流管理的业务流程及特点	1.2.1 营销物流管理的业务流程	1.2.2 营销物流管理业务流程的特点	1.3 营销物流服务的目标、要素及能力	1.3.1 营销物流服务的目标	1.3.2 营销物流服务的构成要素	1.3.3 营销物流客户服务能力	本章小结习题				
第2章 现代物流管理哲学的演进及趋势	2.1 现代物流管理哲学的演进及趋势概述	2.1.1 物流管理哲学的含义	2.1.2 现代物流管理哲学的演进	2.1.3 现代物流管理哲学演进的趋势	2.2 营销物流管理哲学的演变及趋向	2.2.1 营销物流管理哲学的含义	2.2.2 营销物流管理哲学演变的环境分析	2.2.3 营销物流管理哲学的演变	2.2.4 营销物流管理哲学的发展趋向	本章小结习题								
第2篇 营销物流战略与系统篇	第3章 营销物流环境分析	3.1 营销物流的宏观环境	3.1.1 营销物流宏观环境的含义	3.1.2 营销物流宏观环境分析	3.2 营销物流的微观环境	3.2.1 营销物流微观环境的含义	3.2.2 营销物流微观环境分析	3.3 消费者购买行为对营销物流的影响	3.3.1 消费者购买行为对营销流程的影响	3.3.2 适应消费者购买行为变化能营销物流策略	本章小结习题							
第4章 营销物流预测与决策	4.1 营销物流预测	4.1.1 营销物流预测的概念	4.1.2 营销物流预测的种类	4.1.3 营销物流预测的基本步骤	4.1.4 营销物流管理中的预测内容及方法	4.2 营销物流计划管理	4.2.1 营销物流计划管理的概念	4.2.2 营销物流计划管理的分类	4.2.3 计划管理的程序	4.2.4 影响营销物流计划管理的权变因素	4.2.5 营销物流计划管理的方法	4.3 营销物流决策管理	4.3.1 决策的概念及特征	4.3.2 决策的程序	4.3.3 营销物流决策的类型	4.3.4 营销物流决策的方法和技术	本章小结习题	
第5章 行业产品营销物流系统	5.1 营销物流系统的构造及功能	5.1.1 营销物流系统及其功能要素	5.1.2 营销物流系统的特点	5.1.3 营销物流系统的构建	5.2 工业品营销物流系统	5.2.1 工业品与工业品营销需求特点	5.2.2 工业品营销物流及其运作模式	5.2.3 工业品营销物流系统构建	5.3 农产品营销物流系统	5.3.1 农产品营销物流的概念及特点	5.3.2 农产品营销物流运作模式	5.3.3 农产品营销物流系统的构建途径	5.4 服务业营销物流系统——以酒店服务业为例	5.4.1 酒店服务产品营销特征	5.4.2 酒店服务采购物流的商品类型及其条件	5.4.3 酒店社会化物流系统的运作机理	5.4.4 酒店营销的社会化物流系统运营模式	本章小结习题
第6章 营销物流订单管理	6.1 营销订单管理	6.1.1 营销订单管理的角色	6.1.2 营销订单管理的作用	6.2 营销订单管理的前期准备	6.3 营销订单管理流程	6.3.1 营销接单	6.3.2 订单资料输入	6.3.3 订单资料的查核确认	6.3.4 订单库存分配	6.3.5 订单输出	6.3.6 订单跟踪	6.3.7 订单异动处理	6.3.8 订单资料分析	6.4 营销订单处理的优化模型	6.4.1 提高订单处理效率的方法	6.4.2 订单处理的优化模型	本章小结习题	
第7章 营销物流信息系统	7.1 营销物流信息系统概述	7.1.1 营销物流信息	7.1.2 营销物流信息系统的含义与设计原则	7.2 营销物流信息系统的结构与功能	7.2.1 营销物流信息系统的结构	7.2.2 营销物流信息系统的功能	7.3 营销物流信息技术	7.3.1 物流信息识别技术	7.3.2 营销信息存储与交换技术	7.3.3 物流应用系统	7.4 营销物流信息系统的职能模块	7.4.1 订单处理系统	7.4.2 仓储管理系统	7.4.3 配送处理系统	本章小结习题			
第8章 营销物流供应链管理方法与技术	8.1 分销资源计划（DRP）管理	8.1.1 分销资源计划（DRP）管理的产生	8.1.2 DRP的运行逻辑	8.1.3 应用DRP所能取得的收益和局限性	8.2 有效型顾客反应（ECR）管理	8.2.1 ECR的含义	第9章 营销物流成本与控制管理											
第3篇 营销物流职能管理篇	第10章 营销物流运输管理	第11章 品类与存储管理	第12章 流通加工与包装	第13章 营销配送管理	第14章 营销物流配送中心	第15章 营销物流代理	第4篇 营销物流应用篇	第16章 营销物流渠道供应链的设计及优化	第17章 基于物联网的营销物流模式及设计	第18章 基于迎新营销模式下的物流系统	第19章 营销物流方案的设计与应用							

## 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](http://www.tushu000.com)