

营销渠道



[营销渠道 下载链接1](#)

著者:张剑渝

出版者:西南财大

出版时间:2005-12

装帧:

isbn:9787810883771

本书对渠道关系的研究，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。

本书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，本书结构上的起、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。

作者介绍:

目录:

[营销渠道_下载链接1_](#)

标签

评论

[营销渠道_下载链接1_](#)

书评

[营销渠道_下载链接1_](#)