第一图书网, tushu007.com

<<连锁经营管理概论>>

图书基本信息

书名：<<连锁经营管理概论>>

13位ISBN编号：9787030310514

10位ISBN编号：7030310519

出版时间：2006-8

出版时间：科学出版社

作者：赵越春，韦森　主编

页数：307

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

<<连锁经营管理概论>>

内容概要

由赵越春等主编的《连锁经营管理概论(第二版)》介绍了连锁经营的基本知识、发展历史和现状，系统地讲解了连锁企业的营运过程，包括连锁企业的决策与战略、连锁店铺的开发与管理、连锁企业的商品管理、物流管理和连锁店铺的设计与布局、商品陈列、商品定价及促销策略，并介绍了连锁企业内部的组织结构、人力资源管理、信息系统管理等，以使学生全面地了解连锁经营所涉及的各方面。

《连锁经营管理概论(第二版)》针对高职高专的特点，通过大量与各章内容紧密相关的连锁企业实例，帮助学生进行思考和分析，帮助学生加深对连锁经营理论知识的理解，了解连锁企业的实际运作情况。

《连锁经营管理概论(第二版)》可作为高职高专院校连锁经营管理、商务管理、物流管理等管理类专业的教材，也可供有志于从事连锁经营管理的人员自学。

第一图书网, tushu007.com

<<连锁经营管理概论>>

书籍目录

第一章　连锁经营概述
　第一节　连锁经营的基本含义
　　一、连锁经营的概念
　　二、连锁经营的特征
　　三、连锁经营与传统经营的本质区别
　第二节　连锁经营的效益分析
　　一、连锁总店的效益
　　二、连锁分店的效益
　　三、对社会和消费者的效益
　第三节　连锁经营类型
　　一、按经营形态划分
　　二、按美国式经营形态划分
　　三、按经营地区的大小划分
　第四节　连锁经营的行业分布与业态选择
　　一、连锁经营的行业分布
　　二、连锁经营的业态选择
　第五节　连锁经营的发展历史及现状
　　一、美、日、欧三国连锁经营的发展历史
　　二、中国连锁经营的发展与现状
　小结
　思考题
　案例分析
第二章　连锁企业的经营决策与战略
　第一节　连锁企业的目标选择与市场定位
　　一、连锁企业目标市场分析
　　二、连锁企业目标市场的选定
　　三、连锁企业的市场定位
　第二节　连锁企业的经营战略
　　一、连锁企业的经营目标
　　二、连锁企业的发展战略
　　三、连锁企业的竞争战略
　小结
　思考题
　案例分析
第三章　连锁店铺的开发与管理
　第一节　直营店的开发
　　一、商圈分析
　　二、店铺的选址
　第二节　加盟店的拓展
　　一、选择合格的加盟者
　　二、选择完善的连锁体系
　　三、加入连锁经营的具体程序
　　四、加盟合同
　第三节　连锁店铺管理
　　一、门店管理的基本特点

二、门店管理的要求
三、门店管理的具体工作
四、门店主要从业人员的职责
小结
思考题
案例分析
第四章　连锁企业的商品管理
第一节　商品定位与组合
一、商品定位
二、商品组合
第二节　商品的分类管理
一、商品分类
二、商品管理
第三节　商品采购管理
一、商品采购概述
二、商品采购的程序及方式
三、连锁企业与供应商的合作
小结
思考题
案例分析
第五章　连锁企业物流管理
第一节　连锁物流的基本知识
一、连锁物流的基本概念
二、连锁物流在连锁经营中的地位
三、连锁物流在连锁经营中的作用
四、连锁物流系统
第二节　连锁物流的运作程序和模式
一、连锁物流系统的运作程序
二、连锁物流的运作模式
三、连锁企业物流模式选择
第三节　物流配送中心的运作
一、配送中心概述
二、配送中心的功能和目标
三、配送中心的类型
四、配送中心的基本流程
五、配送中心的结构
小结
思考题
案例分析
第六章　连锁店铺设计与布局
第一节　连锁店铺设计与布局的基本要求
一、充分体现连锁店铺的共有特色
二、吸引顾客进来，方便顾客停留
三、营造轻松和谐的消费氛围，刺激和引导消费
四、合理有效地利用空间，降低销售成本
第二节　连锁店铺外观布局设计
一、店面的设计和布局

二、店铺周围环境的设计
第三节　连锁店铺营业现场布局设计
一、营业现场布局设计的基本原则
二、顾客流动线的设计
三、营业现场通道设计
四、营业现场装潢设计
五、营业现场照明设计
六、营业现场音响设计
七、其他方面的布局与设计
第四节　连锁店铺营业现场商品布局
一、连锁店铺营业现场的商品布局原则
二、连锁店铺商品布局的影响因素
三、营业现场面积布局
四、营业现场商品布局
小结
思考题
案例分析
第七章　连锁店铺商品陈列
第一节　商品陈列的基本知识
一、商品陈列的原则
二、商品陈列的主要工具
三、陈列货架位置的区分
第二节　商品陈列的方法和要领
一、商品陈列的方法
二、商品陈列要领
第三节　商品陈列的运作程序
一、对连锁店商品陈列程序的认识
二、连锁店商品陈列的运作程序
小结
思考题
案例分析
第八章　连锁企业商品定价策略
第一节　商品定价方法
一、定价原则
二、定价方法
第二节　定价决策的程序
一、选择定价目标
二、确定需求
三、计算成本
四、分析竞争者的价格
五、选择定价方法
六、确定商品售价
第三节　商品价格管理
一、商品价格管理的内容和特点
二、商品贡献度分析与毛利目标模型的建立
三、应对价格挑战
小结

思考题
案例分析
第九章　连锁企业的促销策略
第一节　连锁企业的广告促销
一、广告促销策划方案
二、卖点广告促销策略
第二节　连锁企业的公共关系
一、企业的内部公共关系
二、企业的外部公共关系
第三节　连锁企业的营业推广
一、营业推广(促销)的策划步骤
二、营业推广(促销)方式
小结
思考题
案例分析
第十章　连锁企业的内部组织管理
第一节　连锁企业的组织结构与功能
一、总部与分店的关系
二、连锁总部的组织机构
三、连锁分店的组织架构
四、多业态连锁企业的组织架构图
第二节　连锁企业人力资源管理
一、人力资源规划
二、工作分析与企业岗位设立
三、员工招聘与媒介
四、人力资源培训
五、薪酬制度
六、绩效管理与职务升迁
第三节　连锁企业的财务管理
一、连锁企业财务管理的特点
二、连锁企业财务管理的主要内容
三、连锁企业的经营绩效评估
小结
思考题
案例分析
第十一章　连锁企业的信息系统管理
第一节　连锁企业信息化管理系统的功能和作用
一、连锁企业信息化管理系统的功能
二、连锁企业信息化管理系统的作用
第二节　连锁企业信息化管理系统的构成
一、按连锁企业组织构造划分
二、按信息化管理系统功能划分
小结
思考题
案例分析
参考文献

第一图书网, tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

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