第一图书网, tushu007.com

<<零售学>>

图书基本信息

书名：<<零售学>>

13位ISBN编号：9787566801883

10位ISBN编号：7566801880

出版时间：2012-5

出版时间：暨南大学出版社

作者：陈海权

页数：348

字数：539000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

零售业的发展是人类历史上最重要的经济变革之一。
《零售学》由陈海权编著，全面系统地介绍了零售业的基本知识，对零售业发展背后的规律与本质进行了详细阐述。
《零售学》综合国内外学者对零售管理的最新研究成果，紧跟我国零售业的发展步伐，是一本较有特色的零售学教材。

书籍目录

前言
第1章 走进零售业
一、中国零售业界的历史性时刻：1999
二、流通革命在中国
三、我国零售业、流通业薄弱性的具体表现
四、围绕中国零售市场的中外争夺战
五、我国流通领域教育面临的课题
六、结束语
第2章 商业的发展与零售业态
一、商业的诞生与发展
二、零售业与零售业态简介
三、我国零售业态发展轨迹及其特征
第3章 零售业态演变规律
一、零售业的六大阶段与五次革命
二、传统零售业态演变理论
三、基于生态学视角的零售业态演变理论
第4章 连锁经营的本质与原理
一、连锁店的基本原理
二、连锁经营的主要形式
三、中国连锁经营的发展现状和问题
第5章 零售环境
一、人口因素
二、经济环境
三、政治法律因素
四、社会文化以及技术环境
五、自然环境
六、竞争环境
七、结论
第6章 消费者购买行为
一、消费和消费者行为
二、影响消费者购买行为的因素
三、我国消费者购买行为特征
第7章 顾客满意与忠诚度培育
一、顾客满意的内涵与构成
二、顾客满意度测评
三、提高顾客满意度
四、顾客不满与投诉管理
第8章 商品管理和采购技巧
一、商品结构与分类
二、品类管理的作用和方法
三、商品采购技巧
四、自有品牌的开发
第9章 定价策略与促销管理
一、商店定位与定价策略
二、促销策略

三、促销方案的制订与执行
第10章 商圈与店铺选址
一、商圈
二、商圈分析
三、商圈理论
四、零售企业的选址问题
第11章 店铺设计与商品陈列
一、零售店铺设计
二、零售店铺的外观设计
三、店铺内部设计的内容
四、商品陈列技巧
第12章 零售战略与管理创新
一、成与败的分歧点：来自跨国零售业巨头的经验教训
二、零售战略与企业成长
三、战略呼唤中国零售企业
第13章 零售组织与企业文化建设
一、零售企业的组织管理
二、组织内部的沟通
三、零售企业的企业文化建设
第14章 零售业信息化与网络零售
一、何谓企业信息化
二、零售业信息化应用历史和当今市场热点
三、代表性的信息系统
四、零售业信息化的应用案例
五、网络零售
第15章 本土零售企业的生存之道
一、中国流通领域进入全面竞争时代
二、关注中国零售业命运、业内人士观点大调查
三、生态位理论的本质及其在我国零售企业应用的战略意义
四、战略构建能力决定了本土零售企业的未来
参考文献

章节摘录

四、社会文化以及技术环境　　社会文化环境是指企业所处的社会结构、社会风俗和习惯、信仰和价值观念、行为规范、生活方式、文化传统、人口规模与地理分布等因素的形成和变动。

社会文化环境是影响企业营销诸多变量中最复杂、最深刻、最重要的变量。

社会文化是某一特定人类社会在其长期发展历史过程中形成的，它主要由特定的价值观念、行为方式、伦理道德规范、审美观念、宗教信仰及风俗习惯等内容构成，它影响和制约着人们的消费观念、需求欲望及特点、购买行为和生活方式，对企业营销行为产生直接影响。

在我国，随着消费由必需品为主转变为非必需品为主，消费方式也转变为享受型消费。

享受型消费具有表现自我的作用，所以它的根本特点是个性多元化。

人们的生活水平越高，其消费需求的个性化就越明显。

如今具有高收入、高学历、高信息量的消费者，不再把消费视为一种对商品或劳务的纯消费活动，也不再安于被动地接受企业经营者单方面的诱导，而是要求作为参与者与企业一起按照消费者新的生活意识和消费需求，开发能与他们产生共鸣的个性化商品。

即便是那些收入水平较低的消费者，也在想方设法体现自己独特的风格。

越来越多的消费者要求每件商品都要根据他们的需要而定做，每项服务都要根据他们的要求而单独提供。

另外，未来5～10年，以人为本的生活观念日益突出。

居民能够享受到的社会公共服务和公共设施越来越多。

因此，这一范畴的消费也随之增加。

快节奏的都市工作与生活，使人们更重视消费的时间成本和精力成本，让消费省时间甚至出钱买时间的情况在都市消费中屡见不鲜。

相对于消费的效益性需求而言，消费的效率性需求将上升，即消费者在关注消费的效用和质量的同时，更关注消费的便捷性和快速性。

……

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