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：9787811177596

10位ISBN编号：7811177595

出版时间：2009-7

出版时间：北京大学出版社，中国农业大学出版社

作者：陈文汉 编

页数：339

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

前言

目前，随着中国服务业的全面开放和国际经济一体化步伐的加快，国外跨国零售集团纷纷进入中国，中国零售业由此正在经历一场急剧的变革。
纵观世界发展历史，零售业的每一次变革都给人们带来了生活质量的提高和生活方式的变化。
随着外资零售业在中国本土化进程的不断深入，零售业越来越显示出它的无穷魅力，并已成为工商管理类专业学生就业的理想行业之一，人们对零售服务的要求也在不断提高，因此，掌握零售业的发展规律，探讨零售业的发展方向以及适应零售业的竞争，已成为新时代零售行业发展的当务之急。
本书是在借鉴和吸收国内外商业理论和最新研究成果的基础上，结合我国的实际情况，针对我国全面开放零售市场后，零售业发展的新变化、新特点而编写的。
本书主要具有两个特色。
（1）每章开头均有引导教学的“做一做”、“想一想”，可以增强读者的学习兴趣。
在理论讲授后，加入案例，把抽象的理论加以演绎，有利于培养既具备系统的理论知识，又具备较强实践技能的综合性人才，符合当前教育、教材改革的方向。
（2）具有一些创新性的内容。
例如，零售业引入国际职业标准，移动购物，建立中国零售企业战略联盟，以及国际零售路径的探讨等，极大地丰富了零售学课程的教学内容。
本书共分13章。
其中第1章、第3章、第9章和第13章由陈文汉编写，第2章和第11章由马小红编写，第4章和第7章由高皖秋编写，第5章和第6章由于翠华编写，第8章由黄正祥编写，第10章和第12章由张秀芳编写。
本书大纲的制定、统稿和定稿工作由广东海洋大学陈文汉副教授负责完成，肖春蓉、胡兴艳参与了编写大纲的讨论，费明胜教授担任主审并提出了许多宝贵意见。
在本书的编写与出版过程中，引用了国内外相关专家的最新研究成果，广东海洋大学也给予了很多支持与帮助，在此表示衷心的感谢！
由于零售业发展迅速，新的理论知识、技术方法和资料不断涌现，加上编者的水平有限，书中的不当之处恳请广大专家和读者指正。

内容概要

《零售学》从零售学的相关概念入手，系统地介绍当今主流的零售业态，从零售企业微观运行的角度介绍零售企业的店址选择、商品采购、零售定价、零售销售过程及人力资源管理等内容；从宏观控制的角度探讨零售企业自身的发展战略及零售企业战略联盟的建立。
其中，对零售企业引入国际职业标准、移动购物、跨国零售及零售企业战略联盟的研究是《零售学》的一大特色。
《零售学》内容新颖，结构合理，语言简洁流畅、生动形象，丰富的案例增强了《零售学》的可读性。
通过对《零售学》的学习，读者不但能掌握相关的零售学理论知识，而且能提高自身的职业素质。
《零售学》既可作为高等职业院校连锁经营管理、电子商务、国际经济与贸易、市场营销等专业的教材，也可作为企业商务人员的自学用书。

书籍目录

第1章 零售概述1.1 零售、零售商与零售业1.1.1 零售1.1.2 零售商1.1.3 零售业1.2 零售业态的分类及其标准1.2.1 零售业态与零售类型1.2.2 中国零售业态的划分标准1.3 零售学的理论假说与启示1.3.1 零售学理论假说1.3.2 零售学理论假说的启示1.4 现代零售业的演进1.4.1 西方发达国家零售业的演进历程1.4.2 我国零售业态的演进历程与特点1.5 零售商业职业国际标准化1.5.1 我国零售商业职业标准存在的不足1.5.2 C&G职业标准1.5.3 我国零售业引进国际职业标准的意义本章小结习题第2章 零售战略规划2.1 现代零售的基本战略2.1.1 成本领先战略2.1.2 差异化战略2.1.3 集中化战略2.2 影响零售战略规划的因素2.2.1 外部环境因素2.2.2 内部环境因素2.3 零售战略规划的制定2.3.1 确定企业使命2.3.2 明确企业目标2.3.3 选择基本战略2.3.4 战略的实施2.3.5 战略控制和反馈本章小结习题第3章 零售业的业态3.1 百货商店3.1.1 百货商店概述3.1.2 中国百货商店的发展3.1.3 大中型百货商店发展的战略模型3.1.4 大中型百货商店对忠诚顾客的培养3.2 连锁经营3.2.1 连锁经营的类型与特点3.2.2 三种连锁经营方式的本质特征3.2.3 连锁经营的发展趋势3.3 便利店3.3.1 便利店的定义3.3.2 便利店的特征3.4 无店铺销售方式3.4.1 无店铺销售方式的定义3.4.2 无店铺销售方式的特征3.4.3 无店铺销售方式的类型3.5 超级市场3.5.1 超级市场的定义3.5.2 超级市场的特征3.5.3 超级市场的分类3.5.4 超级市场的局限性本章小结习题第4章 现代零售方式4.1 直复营销4.1.1 直复营销的定义4.1.2 直复营销的特征4.1.3 直复营销的发展历史4.2 直销4.2.1 直销的定义4.2.2 直销的特征4.3 自动售货机4.3.1 自动售货机的定义4.3.2 自动售货机的发展本章小结习题第5章 零售环境5.1 零售顾客5.1.1 人口变化与零售业5.1.2 消费价值取向与零售业5.2 影响零售环境变化的其他因素5.2.1 社会文化环境5.2.2 政治法律环境5.2.3 竞争环境5.2.4 经济环境本章小结习题第6章 零售商圈的选择6.1 零售商店商圈6.1.1 商圈及意义6.1.2 商圈构成、形态与顾客来源6.1.3 商圈调查内容与制约因素6.2 零售商店位置类型6.2.1 零售商店选址的重要性6.2.2 零售商店位置的类型6.3 零售商店店址的选择6.3.1 零售商店店址所在地区位置的选择6.3.2 零售商店店址所在区域的选择6.3.3 零售商店店址所在地点的选择本章小结习题第7章 商品采购7.1 零售采购的程序与模式7.1.1 零售采购的程序7.1.2 零售采购的模式7.2 零售采购方式7.2.1 定量采购方式7.2.2 定期采购方式7.2.3 经济批量采购方式7.3 供应商的选择7.3.1 供应商选择的重要性和相关因素7.3.2 供应商选择的一般步骤与方法本章小结习题第8章 零售定价8.1 影响零售定价的主要因素8.1.1 定价目标8.1.2 零售成本8.1.3 市场定位8.1.4 营销组合策略8.1.5 供需状况8.1.6 竞争者的价格与反应8.1.7 其他外部环境因素8.2 零售定价策略8.2.1 长期定价策略8.2.2 短期定价策略8.3 定价方法8.3.1 成本导向定价法8.3.2 需求导向定价法8.3.3 竞争导向定价法8.4 辅助定价行为8.5 零售定价中的法律问题本章小结习题第9章 零售销售过程与促销9.1 零售销售人员应具有的基本素质9.2 销售过程9.2.1 接近顾客9.2.2 接待顾客9.2.3 完成销售9.2.4 建立售后关系9.3 顾客服务与零售企业服务的定位9.3.1 顾客服务9.3.2 零售企业服务的定位9.4 零售促销9.4.1 零售促销的目的和类型9.4.2 制定销售促进方案9.4.3 常用的促销方法与技巧本章小结习题第10章 零售组织与人力资源管理10.1 零售企业组织构架的基本类型10.1.1 简单构架10.1.2 职能型构架与梅热构架10.1.3 平等型构架10.1.4 事业部型构架10.1.5 零售企业组织构架的变化趋势10.2 零售组织的建立程序10.2.1 组织结构设计要求10.2.2 组织结构设计程序10.2.3 组织结构设计应注意的事项10.3 零售业人力资源的特点和管理理念10.3.1 零售企业人力资源的特点10.3.2 零售企业人力资源的职能和内容10.4 零售企业的人力资源管理10.4.1 零售企业人员招聘10.4.2 零售企业人员培训10.4.3 零售企业人员考核10.4.4 零售企业人员激励本章小结习题第11章 国际零售11.1 国际零售的机遇与风险11.1.1 国际零售的机遇11.1.2 国际零售的风险11.2 国际零售基本战略11.2.1 多国战略11.2.2 伞球化战略11.2.3 跨国战略11.3 国际零售主要方式11.3.1 国际零售商进入海外市场的主要方式11.3.2 不同进入方式的比较11.3.3 影响零售企业选择海外市场进入方式的主要因素11.4 中国零售企业国际化经营的战略思考11.4.1 创造规模优势为进入国际市场提供拉动力11.4.2 技术创新是向国外市场扩张的重要推动力11.4 -3营造产品和服务的优势11.4.4 培养国际适应能力本章小结习题第12章 网上零售12.1 电子商务与网上零售概述12.1.1 电子商务概述12.1.2 网上零售概述12.1.3 网上零售运作中需要注意的问题12.2 网上零售企业品牌的塑造12.2.1 网上零售企业品牌概述12.2.2 网络品牌塑造误区12.2.3 网上零售品牌培养途径12.3 网上商店的建立12.3.1 进行商务分析，确定网上商店的定位12.3.2 网上商店的整体规划设计阶段12.3.3 网上商店建设的实施阶段12.3.4 整合运行阶段12.4 网上零售技巧12.4.1 提高网上零售店的认知度技巧——推广技巧12.4.2 网上零售的营销技巧——细节方面12.5 移动购物12.5.1 远程购物发展的新阶

段——移动购物12.5.2 移动购物的由来12.5.3 实现移动购物的条件12.5.4 区别移动商务和传统电子商务的一些特性12.5.5 推动移动商务增长的因素12.5.6 移动商务的支付本章小结习题第13章 零售企业战略联盟13.1 战略联盟13.1.1 战略联盟的提出13.1.2 战略联盟的概念13.1.3 企业战略联盟与几个相关概念13.1.4 零售企业战略联盟的界定13.2 零售企业战略联盟的形态13.2.1 未来零售经济组织的设计标准13.2.2 零售企业战略联盟的类型13.2.3 零售企业战略联盟可供选择的具体形态13.2.4 零售企业战略联盟的组织体系13.3 中国零售企业战略联盟的建立13.3.1 中国零售企业发展存在的问题13.3.2 战略联盟是中国零售企业发展的重要选择13.3.3 中国建立零售企业战略联盟的条件13.3.4 中国零售企业战略联盟形式的选择13.3.5 加强零售企业战略联盟的宏观管理本章小结习题参考文献

章节摘录

第2章　零售战略规划　　学习要点：　　现代零售业的3种基本战略　　零售战略规划中起影响作用的主客观因素　　制定零售战略规划的具体步骤　　零售战略实施过程中的控制和管理　　【做一做】　　一个组织的使命陈述，应是对其目的、哲学、价值观和战略意图的重要表述。
利用互联网，搜索并写下5个组织使命陈述的例子，其中，应有零售企业，还应该有非营利性组织。
　　【想一想】　　利用使命陈述作为你的指南，想一想，这些使命可能寻求哪些战略来实现?并解释你的理由。
　　2.1　现代零售的基本战略　　美国管理学家迈克尔·波特在20世纪80年代提出了企业发展的竞争战略理论，通过构建一个制定竞争战略的模型，分析了产业因潜在利润而带来吸引力的五方面竞争优势，并在此基础上提出了赢得竞争优势的3种基本竞争战略：成本领先战略、差异化战略和集中化战略。
　　2.1.1　成本领先战略　　成本领先战略是指企业的经营目标是要成为整个行业中的低成本厂商。如果企业能够创造和维持全面的成本领先地位，那它只要将价格控制在产业平均或接近平均的水平，就能获得优于平均水平的经营业绩。
成本领先战略要求建立起高效、规模的生产设施，在经验的基础上全力以赴地降低成本，抓紧成本与管理费用的控制，以及最大限度地减小研究、开发、服务、推销和广告等方面的成本费用。

编辑推荐

丛书特点：　针对性强，切合职业教育目标，重点培养职业能力，侧重技能传授；　科学实用：面向应用型人才的就业，具备大量当前实用案例分析研究，注重培养学生的实践能力；　内容新颖：借鉴国内外最新的教材，融会当前最新的理论，遵循最新发布的各项准则、规范；　系列完整：把握财经管理专业相关学科、课程之间的关系，整个系列体系严密完整；　方便教学：网上提供完备的电子教案、习题参考答案等教学资源，适合教学需要。

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