第一图书网, tushu007.com

<<企业连锁经营与管理>>

图书基本信息

书名：<<企业连锁经营与管理>>

13位ISBN编号：9787811227567

10位ISBN编号：7811227568

出版时间：2009-8

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：肖怡

页数：227

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

始于20世纪80年代的中国连锁经营，尽管起步比国外晚了整整一个多世纪，但短短的十几年便迅速普及大江南北，给中国的零售业、餐饮业及服务业带来了翻天覆地的变化，真正引发了中国商业的一场现代化革命。
中国连锁经营的迅猛发展足以让每一个中国人感到欢欣鼓舞，因为它正在改写中国人的生活方式。
今天，我们饮食、购物、娱乐、教育、居住，几乎生活的所有方面都在与一个个连锁企业打交道，我们正在体验过去从未有过的现代生活，在国内就能体验纯正的异国文化，而国内的连锁企业也正在努力将中国传统文化通过连锁经营带向世界各地。
目睹中国商业的巨变和连锁业的发展，作为一个理论工作者，笔者在欣慰于国内连锁经营飞速发展的同时，也深深为理论研究落后于实践感到内疚。
与各行各业蓬勃兴起的连锁经营相比，已有的研究成果不仅数量有限，而且范围多局限于零售业连锁，忽略了众多其他行业的发展。
由于理论研究的滞后，国内许多连锁企业在实践中不得不摸索前行，甚至走了不少弯路。
当传来一个又一个红红火火的连锁企业陷入困境，甚至折戟沉沙的消息时，笔者内心感到无比沉重。
由于竞争的日益加剧，中国连锁业正从过去那种粗放型逐渐过渡到理性的有序发展上来，这需要理论上的指导，无疑给我们理论工作者提出了新的挑战。
蓬勃发展的中国连锁业不仅需要理论上的支持，同时也需要教育上的跟进。
作为一个教育工作者，笔者也深为连锁经营人才培养落后于实践感到内疚。
目前，企业界普遍反映连锁专业人才极度短缺，这种短缺已经严重制约了企业发展，成为中国连锁业快速前进的一大瓶颈。
仅是每年以两位数增长的零售连锁企业的门店数量，对连锁专业人才的需求就达到数十万人，更不用说其他服务行业连锁经营的迅猛发展了。
而国内高校相关的专业教育十分匮乏，远远不能满足实践的需要。
因此，作为一个对中国连锁事业倾注全部热情的教育工作者，笔者深感责任重大。
令人欣慰的是，今天，已经有越来越多的理论工作者致力于连锁经营领域的研究，而越来越多的高校也开始重视培养连锁经营专业人才。
自从《企业连锁经营与管理》（第一版）出版以来，得到了众多读者和教育工作者的充分肯定；同时，他们也提出了许多宝贵的意见。
鉴于国内连锁业近几年发生的巨大变化，笔者结合自己近几年的研究和教学心得，在充分考虑同行与读者的意见基础上，对《企业连锁经营与管理》（第一版）的内容进行了修改完善。

内容概要

《企业连锁经营与管理》（第二版）一如既往秉承如下特点： 1．涉及面广，结构合理，层次清晰。
随着中国经济的发展，连锁经营涉及的行业已从零售业、餐饮业发展到旅游业、经纪业、制造业、文化业、地产业、洗染业、咨询业、IT业、美容业等多个行业。
本书内容不仅涉及传统的零售连锁和餐饮连锁，还涉及其他服务业连锁，力求突出连锁经营管理的共性，全面揭示连锁经营的核心理念和经营模式。
2．系统性与逻辑性强。
本书注重突出系统性和逻辑性，从最基本的理论及模式逐步深入、递进，全面系统地介绍现代连锁经营管理体系和运作技巧，每一章内容设计均兼顾“知识点”、“技能点”和“能力点”，各章节之间有机地组合在一起，存在内在的逻辑关系，方便学生的学习和理解。
3．理论性与实务性高度结合，并注重时效性。
本书不仅注意吸收国内外连锁经营最新研究成果，同时立足于中国连锁经营管理面临的实际问题，密切关注中国连锁经营管理变化，尤其注重当前企业界普遍关注的热点话题，使学生能较快进入连锁经营管理者角色。
4．强调案例教学。
本书从多行业、多角度阐述连锁经营的应用情况，并附上大量教学案例。
这些案例均经过精心挑选，大多是国内本土企业最新经营情况，供学生在学习时参考运用，达到举一反三、触类旁通的目的，提高学生分析问题和解决问题的能力。
5．内容严谨，形式灵活，文字精练。
每章均有学习目标，中间用“案例”、“专论”、“资料”等形式穿插了较多具有针对性和实用性的内容，极具启发意义，同时注重运用图表加以说明。
每章最后均安排了本章小结、主要概念与观念、案例分析和网上调研等，供学生在学习中进行自我检验和提高，帮助学生更好地掌握理论知识和经营管理技巧。
6．为方便教师的教学和学生的学习，本书专门配备了电子课件，上面附有详细的电子教案、练习提示及大量精美的连锁商店设计图、橱窗陈列图和店内商品陈列图，以满足现代化教学的需要。
详情请登录东北财经大学出版社网站（WWW．dufep．CN）查询。

<<企业连锁经营与管理>>

书籍目录

第1章　连锁经营入门　学习目标　1.1　连锁经营概念及特征　1.2　连锁经营类型　1.3　连锁经营起源与发展　本章小结　主要概念和观念　基本训练　学习目标第2章　连锁经营前提：认识消费者　2.1　消费者购买行为分析　2.2　消费者市场调研　2.3　顾客满意与顾客忠诚　本章小结　主要概念和观念　基本训练第3章　连锁总部战略管理　学习目标　3.1　连锁企业组织设计　3.2　连锁企业品牌形象战略　3.3　连锁企业营销战略　3.4　连锁企业信息化战略　本章小结　主要概念和观念　基本训练第4章　连锁门店运作管理　学习目标　4.1　卖场生动化管理　4.2　门店促销活动管理　4.3　顾客服务管理　4.4　员工培训及团队管理　本章小结　主要概念和观念　基本训练　学习目标第5章　网点扩张与选址　5.1 连锁企业网点扩张战略　5.2　网点选址分析　5.3　选址程序与选址技术　本章小结　主要概念和观念　基本训练　学习目标第6章　采购与配送管理　6.1　商品采购管理　6.2　配送中心及其管理　6.3　采购与配送作业管理　本章小结　主要概念和观念　基本训练第7章　特许连锁经营　学习目标　7.1　特许连锁经营类型及发展　7.2　特许连锁经营的策划与实施　7.3　营造良好的加盟关系　本章小结　主要概念和观念　基本训练第8章　跨国连锁经营　学习目标　8.1　全球化的连锁经营　8.2　跨国连锁企业进入战略　8.3　跨国连锁企业管理　本章小结　主要概念和观念　基本训练主要参考书目

章节摘录

插图：第1章 连锁经营入门1.1 连锁经营概念及特征1.1.1 连锁经营的内涵连锁经营作为当今商业活动中最富活力和最具成长潜力的经营方式，在世界各国广泛流行，成为许多国家商业经营的主流形式。
我们今天所见所闻的麦当劳、肯德基、沃尔玛、家乐福、7—11、宜家等世界著名企业，都是连锁经营的成功实践者，它们向世界展示了连锁经营的巨大魅力，也引起了人们对连锁经营内涵的探究。
要了解什么是连锁经营，必须从其外在组织表现形式——连锁商店开始。
关于连锁商店(chain store)，我国连锁经营协会1997年在《连锁店经营管理规范意见》中规定：连锁店是指经营同类商品、使用统一商号的若干门店，在统一总部的管理下，采取统一采购或授予特许权方式，实现规模效益的经营组织形式。
在国际连锁业协会以及西方各国政府的规定中，往往把经营11个以上商店的零售业或饮食业的组织称为连锁商店。
当然，今天的连锁商店并不局限于零售业和饮食业，它已经深入到了许多服务行业，而且国外的定义中对连锁商店数量的规定只是一种法律上、统计上的规定，并不是在经营上划分是否属于连锁的标志。
从管理学的角度看，一般来说，门店数量发展到10家左右，就会带来管理方面的根本变化，必须采取与单独企业经营不同的管理方式；而少于10家门店，经营成本高，连锁商店的效益很难体现出来。
事实上，有些连锁企业在创办的初期，就严格按照连锁经营的要求来管理，并获得了快速发展；而有些企业，尽管门店开了10多家，却仍然各自为政，独立经营，没有形成整体效应。
因此，划分连锁经营的标志，不能看门店的数量，而应该考查其经营管理的特点是否符合连锁经营的内涵。

编辑推荐

《企业连锁经营与管理(第2版)》以全新的体系对企业连锁经营与管理的各个方面作了合乎逻辑而又系统深人的探讨，综合了国内外学者对连锁经营与管理问题的最新研究成果，始终紧扣中国连锁业发展的实践，注重管理实务，运用大量现实案例，深入浅出地论述了企业连锁经营与管理的基本理论和方法。

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