

<<连锁超市经营管理>>

图书基本信息

书名：<<连锁超市经营管理>>

13位ISBN编号：9787030149619

10位ISBN编号：7030149610

出版时间：2005-3

出版时间：科学出版社

作者：姜登武

页数：267

字数：338000

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>

<<连锁超市经营管理>>

前言

2000年，为应教学之急需，我们自编了《连锁商店经营管理》教材。

今天，我们在认真总结了五年来教学实践经验，以突出培养实践能力为重点，结合企业实际需要，并汲取了国内外学者的论著精华，编写了本书。

全书分为十一章，主要讲述了连锁超市的产生与发展、零售业态与目标市场定位、连锁超市开发决策及其卖场设计；连锁超市商品策略、价格策略和促销策略；物流系统管理、服务管理、人力资源管理、信息管理和财务管理。

每章之后都附有习题，供读者学习参考。

本书主要用于高职高专三年制市场营销专业，课时推荐为72学时。

同时，也可用于电子商务等与连锁超市经营管理有关的专业方向的教材，并可供零售业、连锁经营企业管理人员、营销人员及相关专业本科学生参考，还可作为相关企业的培训教材。

本书由姜登武任主编并负责本书的统纂、修改、定稿工作，吉雪亭、扈健丽、张梅任副主编。

主要分工如下：姜登武编写了第一、二章，刘华旭编写了第三、四章，扈健丽编写了第五、十章，张梅编写了第六、十一章，李玉霞编写了第七章，吉雪亭编写了第八、九章，全书由刘星原担任主审。

在本书编写过程中，周洪保教授给予了亲切的指导和热情的支持，赵妍春和孙晶参加了本书的整理工作，在此一并表示由衷的谢意。

由于时间和作者水平所限，书中疏漏、不当之处在所难免，恳请读者批评指正。

<<连锁超市经营管理>>

内容概要

为了满足高职高专院校连锁超市经营管理方面教学的需要,以理论上够用、突出培养实践能力为重点,结合多年的教学和工作实践经验,并吸收了国内外学者的论著精华编写了《连锁超市经营管理》。

《连锁超市经营管理》主要阐述了连锁超市的产生与发展、零售业态与目标市场定位、连锁超市开发决策及其卖场设计;连锁超市的商品策略、价格策略和促销策略,连锁超市的物流系统管理、服务管理、人力资源管理、信息管理和财务管理。

每章之后附有习题供读者巩固所学。

《连锁超市经营管理》主要作为高职高专市场营销、电子商务等专业的教材,并可供零售业、连锁经营企业管理人员、营销人员参考,还可作为相关企业的培训教材。

<<连锁超市经营管理>>

书籍目录

第一章 概论

第一节 连锁超市的产生与发展

- 一、零售业的三次革命
- 二、连锁超市在美国的产生与发展
- 三、日本连锁超市的发展
- 四、连锁超市在中国的发展

第二节 业态与业种

- 一、零售业态
- 二、餐饮与服务业连锁商店
- 三、中国零售业态未来10年的发展趋势

第三节 超市的功能特点和目标市场定位策略

- 一、超市的特征
- 二、超市业态的功能和特点
- 三、超市业态的目标市场定位策略

第四节 超市的连锁经营

- 一、连锁经营的本质特征
- 二、连锁经营的类型和特点
- 三、连锁经营的优势与风险
- 四、连锁经营的作用
- 五、我国超市业态的连锁经营

习题

第二章 连锁超市的开发决策

第一节 商圈及其分析

- 一、商圈的概念与设定方法
- 二、商圈调查与分析

第二节 店址选择的可行性研究

- 一、店址选择的前提条件
- 二、立地调查的主要目的
- 三、超市选址的基本原则
- 四、超市选址的城市商业条件
- 五、超市的区域选择
- 六、超市的商圈条件

第三节 资金的时间价值

- 一、时间因素的概念
- 二、资金时间价值的理论依据
- 三、现金流量
- 四、基准贴现率
- 五、利息的种类
- 六、利息公式

第四节 投资分析方法

- 一、新建超市费用预测
- 二、新建超市投资预测
- 三、超市销售额预测
- 四、新建超市的盈亏平衡点分析
- 五、投资回收期

<<连锁超市经营管理>>

六、简单投资收益率

七、净现值

八、净现值比率

习题

第三章 连锁超市的商品策略

第一节 连锁超市商品分类

一、商品分类

二、商品分类的方法

第二节 连锁超市商品结构

一、确定商品结构的基本要求

二、影响商品结构的主要因素

三、商品结构的分类与内容

四、商品结构的完善与调整

第二节 连锁超市商品组合

一、超市商品组合概述

二、最佳商品组合

三、商品组合优化的方法

四、淘汰疲软商品

第四节 连锁超市商品群管理

一、商品群管理理论

二、商品群的组合方式

第五节 连锁超市自有品牌商品的开发

一、自有品牌的概念

二、开发自有品牌的作用

三、自有品牌的选择和定价

习题

第四章 连锁超市卖场的设计

第一节 连锁超市形象设计

一、连锁超市经营理念设计

二、连锁超市行为识别设计

三、连锁超市视觉识别设计

第二节 连锁超市卖场设计

一、连锁超市出入口的设计

二、连锁超市通道设计

三、卖场面积的配置

四、卖场布局中磁石理论的运用

第三节 商品配置表设计

一、商品配置表的含义

二、商品配置表的管理功能

三、制作商品配置表的准备工作

四、商品配置表的制作程序

五、商品配置表的调整

第四节 商品陈列的艺术

一、商品陈列的基本原则

二、商品陈列的方法

习题

第五章 连锁超市物流系统的管理

<<连锁超市经营管理>>

第一节 物流系统的运作

一、物流系统的含义

二、物流的要素

三、物流的特征与分类

四、连锁超市物流系统的含义

五、物流系统在连锁超市中的作用

第二节 商品的采购业务

第三节 商品库存管理

第四节 配送中心及配送业务

习题

第六章 连锁超市的价格策略

第一节 商品定价目标及特点

第二节 商品定价方法

第三节 商品的价格策略

第四节 商品价格管理的特点

习题

第七章 连锁超市的促销策略

第一节 商品促销策划

第二节 商品促销方式

第三节 商品促销策略

第四节 商品促销活动的实施与管理

习题

第八章 连锁超市的服务与管理

第一节 服务营销策划与实施

第二节 收银管理与商品鲜度的管理

第三节 安全与顾客投诉管理

第四节 连锁超市其他管理

习题

第九章 连锁超市的人力资源管理

第一节 连锁超市组织系统设计

第二节 人力资源的能力与素质

第三节 人力资源开发与培训

第四节 连锁超市员工的考核与奖励

习题

第十章 连锁超市的管理信息系统

第一节 连锁超市管理信息系统概述

第二节 连锁超市总部管理信息系统

第三节 配送中心管理信息系统

第四节 POS系统与连锁分店管理信息系统

习题

第十一章 连锁超市的财务管理

第一节 连锁超市财务管理概述

第二节 连锁超市财务管理的主要工作

第三节 资金与资产的管理

第四节 经营绩效财务评估

习题

参考文献

<<连锁超市经营管理>>

章节摘录

插图：对于大型综合超市和仓储式商场，为了保证更大顾客容量的流动，减慢顾客行走的速度，使其多些机会浏览通道两侧的商品，则可以使主通道和副通道的宽度基本保持一致。

同时也可适当放宽收银台周围通道的宽度，以保证最易形成顾客排队在收银台处的通畅性。

(2) 笔直通道要尽可能设计成直线式通道或单向道。

顾客在购物过程中，尽可能按货架排列方式，将商品以不重复、顾客不回头走的设计方式布局。

(3) 地面平坦通道地面应保持平坦，处于同一层面上。

尽量不要让通道上有台阶，因为这样不便于购物车和顾客通过，进而影响商品的销售。

(4) 少拐角少拐角是指拐角尽可能少，即通道途中可拐弯的地方和拐的方向要少，有时可以借助于连续展开不间断的商品陈列线来调节。

如深圳某超市采用冷藏柜沿墙面不间断延伸至两侧商品区，使顾客不知不觉地步入两侧较深货区。

(5) 灯光明亮通常通道上的照度最少应达到500k，卖场里要比外部照明度增强5%，尤其是主通道，相对空间较大，是客流量最大，利润率最高的地方。

(6) 无障碍物通道是用来诱导顾客多走、多看、多买商品的地方，应充分考虑顾客走动的舒适性和非拥挤感。

在通道内不能陈列、摆放与陈列商品或特别促销无关的器具或设备，以免阻断通道，损害购物环境的形象。

<<连锁超市经营管理>>

编辑推荐

《连锁超市经营管理》由科学出版社出版。

<<连锁超市经营管理>>

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>