

<<美容美发企业管理基础>>

图书基本信息

书名：<<美容美发企业管理基础>>

13位ISBN编号：9787040109672

10位ISBN编号：7040109670

出版时间：2002-8

出版范围：高等教育

作者：尹哲芳 编

页数：126

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>

<<美容美发企业管理基础>>

内容概要

《中等职业教育国家规划教材：美容美发企业管理基础》是中等职业学校美容美发与形象设计专业的国家规划教材。

《中等职业教育国家规划教材：美容美发企业管理基础》依据2001年12月教育部审定通过的“中等职业学校美容美发与形象设计专业课程设置”及“美容美发企业管理基础教学基本要求”编写。

全书共9章，较为详细地阐述了美容美发企业概论，美容美发企业的组织管理和组织结构，美容美发企业的预测与决策，美容美发企业营销管理，美容美发企业的质量管理，美容美发企业设备、原材料管理，美容美发企业人力资源管理，美容美发企业的财务管理，美容美发企业的职业道德与礼仪规范

。

<<美容美发企业管理基础>>

书籍目录

1 美容美发企业概论美容美发企业美容美发企业的任务美容美发企业素质思考题2 美容美发企业的组织管理和组织结构现代美容美发企业的管理职能和管理方法现代美容美发企业基本的管理制度·现代美容美发企业组织结构、设计原则思考题3 美容美发企业的预测与决策美容美发企业的市场调查美容美发企业的市场预测美容美发企业的经营决策思考题4 美容美发企业营销管理市场营销概述市场营销策略美容美发企业的营销方向思考题5 美容美发企业的质量管理美容美发产品质量管理简述美容美发企业服务质量管理美容美发企业教育工作内容质量是企业的生命思考题6 美容美发企业设备、原材料管理设备管理概述原材料管理思考题7 美容美发企业人力资源管理人力资源管理的意义、特点及任务美容美发企业的劳动定额与定员编制的方法企业对员工的素质要求思考题8 美容美发企业的财务管理企业财务管理概述企业财务管理的内容财务分析思考题9 美容美发企业的职业道德与礼仪规范美容美发企业的职业道德美容美发企业服务理念与礼仪规范思考题参考书目

章节摘录

3.员工形象 员工形象是指美容美发企业人员的整体形象，它既包括管理者形象，更包含了所有员工的形象。

管理者形象是指企业管理者群体，特别是企业决策者的知识、能力、气质、品德、风格和经营业绩给本企业员工、同行和社会公众留下的印象。

员工的形象则是指全体进行美容美发产品营销人员和提供美容美发具体服务人员的服务态度、职业道德、精神风貌、文化水准、技术水平、装束仪表等给外界的整体印象。

从事“美”的事业的人，对“美”的要求自然要比普通企业人员的要求要高，无论从内在修养到外在仪表，一举手一投足都要表现出良好的公众形象，这直接影响企业形象，而员工形象是决定企业形象的能动力量，这是美容美发企业员工形象的最基本要求。

只有这样，才能被消费者当成最生动的形象示范，加以理解企业特性和深化“美”的观念。

4.企业文化形象 企业文化形象是由崇高的企业目标和优秀的企业文化所构成的。

这是每一个企业，无论是新建立起来的还是有悠久历史的美容美发企业的最宝贵财富之一。

如上海家化有限公司，以“精致优雅，全力以赴”为其企业宗旨，“以人为本”为其企业文化基石，它要求所有员工都要全心全意为消费者服务，在开创实现美化人类生活的道路上力争尽善尽美。

就是这样的理念，才能使企业内部上下团结一致，为员工明确目标，大大增加了企业的凝聚力。

同时，这种不断积累的深厚的企业文化也能吸引更多有才有艺之士的关注与加盟。

5.企业的营销策略、方式 企业的经营、销售、宣传往往直接面对消费者，直接面对社会的褒贬，因而也最容易给企业总体形象带来影响。

因此深化美容美发企业的营销形象，在激烈的市场竞争中是深化公众印象、祈求良好反映的重要方面。

上海家化有限公司根据公司产品多品牌和多品种的特点，建立了产品开发、营销策划、市场拓展“一条龙”运作的品牌经理制度。

品牌经理的职责是：确定品牌，根据市场调研制定新产品开发计划，制定新产品上市促销计划，创意设计广告，指导销售活动等。

品牌经理制度的推行，使上海家化有限公司的营销纳入了情感化和理智化的轨道。

总的来说，一方面，随着时代发展和人们对美的需求的变化，美容美发企业要不断调整自己的具体形象，提高服务质量，开发新产品，树立良好的企业精神，既要保持在变化中的自我个性，也要不断适合广大消费者日益改变、扩大的需求；另一方面，美容美发企业给予消费者和行业人员的内在感受，会随着对企业认识的不断加深而变化。

.....

<<美容美发企业管理基础>>

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>