

<<零售学>>

图书基本信息

书名：<<零售学>>

13位ISBN编号：9787040214987

10位ISBN编号：7040214989

出版时间：2007-3

出版范围：高等教育

作者：肖怡

页数：437

字数：530000

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

零售业本是一个国家最古老的行业之一，如今它却成了中国经济中最活跃、最具生气的领域之一。近十多年来，中国零售业的变化让人眼花缭乱，各种新兴零售业态诸如超级市场、专卖店、折扣商店、仓储式商店、便利店、购物中心、邮购商店以及网络商店纷纷涌现，加上原有的传统零售业态诸如百货商店、专业店、食杂店等，西方国家已出现的零售业态几乎都可以在中国找到。而零售组织也一改过去散、小、差、乱的局面，藉着连锁经营方式以令人兴奋的速度快速成长，焕发出勃勃生机。

毫无疑问，中国零售业正在发生一场变革。

这一变革不仅表现在西方发达国家已经完成的以超级市场和连锁经营为标志的零售业第二、第三次重大变革正在中国同时进行，以及以电子商务为特征的第四次零售变革也在中国拉开帷幕；同时，还表现在中国加入WTO后，跨国零售集团的进入和经济全球化浪潮引起的中国零售竞争格局发生的巨大变化。

笔者十多年来一直从事零售学课程的教学研究工作，密切关注着中国零售业所发生的点点滴滴变化，致力于零售理论的研究。

笔者非常感谢能有机会与大家分享自己的研究成果和教学心得。

《零售学》（第一版）自从出版以来，得到了广大读者的厚爱，对本书给予了充分的肯定；同时，也提出了许多宝贵的意见。

鉴于国内零售业近几年发生的巨大变化，笔者结合自己的新认识和读者的意见，对《零售学》（第一版）教材内容进行了认真修订。

《零售学》（第二版）仍然沿用第一版的内容体系，在结构上没有做大的改动，只是在具体内容上做了些修改，使之更切合当前的实际；同时，文字更加精练，内容更加严谨。

全书内容分为三篇，共12章。

第一篇主要介绍国外零售业发展演变的历程以及目前中国零售业的环境变化（第一章）；同时，详细分析了一些主要零售业态的特征及其发展特点（第二章），以便使读者对国内外零售业的基本情况和动态有一个大概了解。

内容概要

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材，是在第一版基础上修订的第二版教材，是高等学校市场营销专业课程系列教材之一。

本书将零售企业经营活动各要素合乎逻辑而又清晰简明地联系在一起，综合了国内外学者对零售管理的最新研究成果，紧扣当前中国零售管理的实践，从战略和策略两个层面深入系统地介绍了零售企业管理的各个方面，包括零售概述、零售战略与组织、零售业务管理三篇共12章。

本书同时引用了大量图表，并利用“案例分析”、“专论”、“资料”等栏目，为读者分析和理解零售企业管理的实际问题和热点问题提供了指导。

本书还配备了一套与全文内容相符的电子教学课件，可用作现代化教学的辅助工具。

本书可作为高等院校市场营销专业和其他管理类专业专科生、本科生、研究生、MBA及相关专业学生的教材，也适合零售企业管理的实践者和理论研究者用作培训教材或阅读参考。

作者简介

肖怡，湖南长沙人，1965年生。

广东商学院管理学院教授、硕士生导师。

主要研究方向：商业经济、企业管理。

曾在多种学术期刊上公开发表论文100余篇，其中50余篇发表在经济类权威期刊和核心期刊，10余篇被人大复印资料中心全文转载，并有多篇论文获奖。

主要著作有：《信息时代商业企业管理变革与创新》、《零售学》、《市场定位策略》、《特许连锁经营》、《现代商店经营管理实务》。

主持和参与完成多项省部级课题和政府、企业委托的横向课题。

书籍目录

- 第一篇 零售概述
 - 第一章 零售导论
 - 第二章 现代零售业态介绍
- 第二篇 零售战略与组织
 - 第三章 零售竞争战略
 - 第四章 零售扩张战略
 - 第五章 零售组织设计
- 第三篇 零售业务管理
 - 第六章 商品规划
 - 第七章 采购管理
 - 第八章 价格管理
 - 第九章 促销管理
 - 第十章 服务管理
 - 第十一章 商场设计与商品陈列
 - 第十二章 特许连锁经营
- 主要参考文献

章节摘录

插图：第一篇 零售概述第一章 零售导论第一节 零售及零售业一、零售对于大多数经常逛百货商店、超级市场的普通消费者来说，“零售”一词早已耳熟能详，但要给它下一个准确的定义，恐怕还是比较困难的。

这不奇怪，即使是在学术界，“零售”一词至今尚未有一个公认的标准概念，众多学者从不同的研究角度进行了诠释。

下面，先来看看一些著名的零售和营销专家给出的解释。

美国零售专家迈克尔·利维（Michael Levy）教授和巴顿·A.韦茨（Barton A. Weitz）教授在《零售学精要》（Essentials of Retailing）一书中对“零售”一词所作的定义是：“零售是将产品和劳务出售给消费者，供其个人或家庭使用，从而增加产品和服务的价值的一种商业活动。

人们通常认为零售只是在商店中出售产品，其实零售也出售服务，比如汽车旅馆提供的住宿、医生为病人进行的诊治，还有理发、租赁录像带或是将比萨饼送货上门。

”菲利普·科特勒在其《市场营销管理》（亚洲版）一书中认为：“所谓零售，是指将货物和服务直接出售给最终消费者的所有活动，这些最终消费者为了个人生活消费而不是商业用途消费。

任何从事这种销售的组织，无论是生产者、批发者和零售商，都是在开展零售业务。

”巴里·伯曼（Barry Berman）和乔尔·R埃文斯（Joel·R Evans）所著的《零售管理》一书中所给出的定义是：“零售（retailing）由那些向消费者销售用于个人、家庭或居住区消费所需的商品和服务活动组成。

它是分销过程的最后环节。

”

<<零售学>>

编辑推荐

《零售学》是由高等教育出版社出版的。

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>