

图书基本信息

书名：<<2008全国经济专业技术资格考试备考要点与模拟试题商业经济专业知识与实务（中级）>>

13位ISBN编号：9787122029089

10位ISBN编号：7122029085

出版时间：2008-7

出版时间：化学工业出版社

作者：环球网校 编

页数：122

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>

内容概要

本套丛书属于“环球考试通”系列考试用书，由经济专业技术资格考试网上权威培训机构“全国十佳网络教育机构”——环球网校组织一线授课老师全力打造而成。

希望环球网校与本书可以为参加经济专业技术资格相关科目考试的广大考生顺利通过考试助一臂之力。

本套辅导书是由编者针对经济专业技术资格考试用书最近几年频繁变化，以及考试逐年由考核基础知识向能力考核的方向转变的特点，广泛收集了相关学科资料，并仔细筛选了与考试题型、难度比较接近的练习题汇编而成的。

丛书共包括《经济基础知识（初级）》、《经济基础知识（中级）》、《商业经济专业知识与实务（中级）》、《金融专业知识与实务（中级）》、《人力资源专业知识与实务（中级）》5本。

每册书主要包括两部分内容：备考要点和模拟试题。

备考要点部分是编者凭借多年辅导经验和对复习内容的研究，对考试内容精心提炼而成的，有助于考生提高复习效率；模拟试题部分是在研究历年考题的基础之上，结合多年来网校学员的考试经验反馈，精心编写仿真模拟题，力求最大限度的达到实战效果，以帮助考生进一步提高。

在此，本书编者向为本书的编写提供资料的原作者及在编写过程中提供各种习题的环球网校教学项目部同事表示诚挚的谢意！

并希望本书能够成为广大学员复习备考过程中的好帮手！

书籍目录

第一部分 备考复习要点1第一章 商品流通理论1第一节 商品流通概述1第二节 商品流通渠道1第三节 商品流通管理与创新2第二章 市场运行与市场结构3第一节 市场运行要素3第二节 市场运行机构4第三节 市场组织5第三章 商品流通企业战略管理7第一节 商品流通企业战略管理概述7第二节 商品流通企业战略分析7第三节 商品流通企业的战略目标及战略选择9第四章 市场预测10第一节 市场预测的概述10第二节 市场预测方法11第五章 商品流通企业经营决策14第一节 商品流通企业经营决策概述14第二节 商品流通企业经营决策方法16第六章 供应商管理17第一节 采购商与供应商之间关系的演变17第二节 供应商细分18第三节 选择与评审供应商19第七章 库存控制21第一节 库存控制概述21第二节 库存控制技术22第八章 营销方式和管理的新发展26第一节 网络营销26第二节 直复营销26第三节 绿色营销28第四节 客户关系管理29第九章 连锁经营和商务代理29第一节 连锁经营29第二节 代理31第十章 物流管理33第一节 物流管理概述33第二节 物流标准化、物流系统化和条码应用34第三节 物流合理化35第十一章 信息管理38第一节 商品流通企业信息管理概述38第二节 商品流通企业管理信息系统39第十二章 人力资源管理41第一节 商品流通企业人力资源的构成41第二节 商品流通企业人力资源的合理配置41第三节 商品流通企业人力资源的激励与管理43第四节 商品流通企业员工的绩效考核与培训43第五节 商品流通企业员工的薪酬管理44第十三章 商品流通企业财务管理45第一节 商品流通企业财务管理概述45第二节 商品流通企业投资管理46第三节 商品流通企业筹资管理47第四节 商品流通企业股利分配48第五节 商品流通企业绩效分析49第十四章 商品流通企业的国际化经营50第一节 商品流通企业的国际化经营环境分析50第二节 商品流通企业的国际化经营实务50第三节 国际货物运输与保险53第二部分 模拟试题54模拟试题一54模拟试题二67模拟试题三78模拟试题四89模拟试题五100模拟试题六111

章节摘录

第一部分 备考复习要点 第一章 商品流通理论 第一节 商品流通概述 1. 商流

(1) 概念：商品由供应者向需求者转移是商品社会实体的运动。

(2) 商流过程：商品价值形态的转化过程，即商品价值的实现过程。

(3) 商流功能：实现商品价值的功能、生产先导的功能、合理配置资源的功能。

(4) 商流费用：市场信息费用、合同谈判费用、合同履行费用。

2. 物流 (1) 概念：物质资料从供应者到需要者的物理性流动，是创造时间和空间价值的经济活动。

(2) 物流活动的基本职能：运输活动；储存活动；包装活动；装卸搬运活动；流通加工活动；配送活动。

3. 信息流 (1) 概念：广义的信息流指信息的产生、加工、储存和传递等过程；狭义的信息流在此指流通信息流，包括商品信息流和物流信息流。

(2) 流通信息分类 按信息的来源可划分为商品流通内部信息与商品流通外部信息。

按信息的稳定程度可划分为固定信息、流动信息与偶然信息。

按信息的产生过程可划分为原始信息与加工信息。

按信息发生的时间可划分为滞后信息、实时信息和预测信息。

按信息的作用可划分为决策信息、流通管理信息、商品科技信息和流通环境信息等。

第二节商品流通渠道 1. 商品流通渠道 (1) 概念：商品从生产领域转移到消费领域所经过的通道，是商品从生产领域向消费领域转移的运动路径，即产品所有权转移过程中所经过的各个环节连接起来形成的通道。

(2) 流通渠道中间商的作用：中间商可以提高流通的效率；中间商可以消除商品品种的差异性并进行商品归类；中间商可以促使交易规范化。

2. 商品流通渠道的类型结构 (1) 渠道类型：按照渠道长度的不同划分，可划分为直接渠道（零层渠道）和间接渠道两大类。

(2) 渠道的层级结构：零级渠道；一级渠道；二级渠道；三级渠道。

(3) 渠道系统：垂直渠道系统（包括公司式系统、管理式系统、合同式系统）；水平渠道系统；混合渠道系统。

3. 影响流通渠道选择的一般因素 (1) 商品因素的自然属性和经济属性；

编辑推荐

《商业经济专业知识与实务（中级）》是2008年全国经济专业技术资格考试备考要点与模拟试题

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>