

<<零售管理>>

图书基本信息

书名：<<零售管理>>

13位ISBN编号：9787302269106

10位ISBN编号：7302269106

出版时间：2011-12

出版时间：清华大学出版社

作者：（美）勒斯克，（美）邓恩，（美）卡弗 著，杨寅辉，陈娜 译

页数：495

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>

<<零售管理>>

内容概要

零售业处于不断演变之中，对消费者、雇员、产品和资源的竞争越来越激烈。本书作者在全球最大的零售业行业组织——全美零售商联合会(nnf)的支持下，撰写了《零售管理》一书。本书针对美国各种零售业态的现状，对现代零售业管理的方方面面进行了系统的介绍。

《零售管理(第7版)》共分五个部分。

第一部分介绍对零售业的不同视角，零售战略规划和运营管理。

第二部分论述零售环境，主要包括零售业中的顾客分析、竞争评估。

供应链管理以及相关的法规和伦理问题。

第三部分的焦点是市场选择和零售店址分析。

第四部分讨论零售运营管理：零售企业财务管理，商品采购和运送，零售商品定价，广告和促销，顾客服务和零售推销，以及店面布置和设计。

第五部分分析零售企业中的人员管理。

《零售管理(第7版)》可作为工商管理 and 市场营销专业师生用书，亦可供相关领域人员参考。本书的英文影印版已由清华大学出版社出版。

作者简介

罗伯特·F.勒斯克 (Robert F. Lusch)，罗伯特·勒斯克在威斯康星大学获得商业管理博士学位，现为亚利桑那大学埃勒管理学院教授。

他的研究领域为零售业、企业能力、市场营销战略与分销系统。

勒斯克教授曾任《营销学杂志》编辑，并著有大量作品。

美国市场营销学研究院曾授予其杰出市场营销教育工作者奖；美国市场营销协会曾授予其IOSIG（跨组织特殊兴趣小组）终身成就奖，并两次授予其“哈罗德·梅纳德奖”。

勒斯克教授曾担任美国西南市场营销协会会长、美国市场营销协会教育副会长和财务副会长、美国市场营销协会主席、美国市场营销协会理事会成员。

帕特里克·M.邓恩 (Patrick M. Dunne)，帕特里克·邓恩教授曾任教于得克萨斯理工大学罗尔斯商学院，最近退休。

在大学任教的40多年中，邓恩博士为本科生和研究生开设了很多与市场营销和分销相关的课程，曾多次荣获教学奖。

他的研究成果发表在许多重要的营销学和零售业杂志上。

此外，他还编写了20多部著作，以七种语言在全球出版。

邓恩博士还曾执教下密歇根州立大学、德雷克火学和俄克拉何马大学。

此外，他担任过美国市场营销协会出版部副会长和联合发展部副会长。

詹姆斯·R.卡弗 (James R. Carver)，詹姆斯·卡弗担任奥本大学洛德商学院助理教授，在亚利桑那人学获得市场营销学博士学位。

卡弗博士曾任教于得克萨斯理工大学和亚利桑那大学。

他的研究兴趣包括零售商定价策略、供应链管理，以及零售公司营销主管的角色。

<<零售管理>>

书籍目录

- 第一部分 零售业简介
 - 第1章 认识零售业
 - 1.1 什么是零售业?如今为何它要经历如此多的变革
 - 1.2 零售商分类
 - 1.3 零售职业
 - 1.4 零售业研究与实践
 - 第2章 零售战略规划与经营管理
 - 2.1 战略规划的构成
 - 2.2 零售战略规划与经营管理模型
- 第二部分 零售业环境
 - 第3章 零售顾客
 - 导论
 - 3.1 人口趋势
 - 3.2 社会趋势
 - 3.3 经济趋势
 - 3.4 消费者行为模型
 - 第4章 评估零售业的竞争
 - 4.1 零售竞争模型
 - 4.2 竞争类型
 - 4.3 零售竞争的演变
 - 4.4 零售竞争的未来变化
 - 第5章 管理供应链
 - 5.1 供应链
 - 5.2 供应链类型
 - 5.3 管理零售商—供应商关系
 - 5.4 销售渠道中的协作
 - 第6章 法律与道德行为
 - 6.1 定价限制
 - 6.2 促销限制
 - 6.3 产品限制
 - 6.4 供应链限制
 - 6.5 联邦、州和地方的其他法律
 - 6.6 零售业中的道德标准
- 第三部分 市场选择与店址分析
 - 第7章 市场选择与零售店址分析
 - 7.1 选择一个目标市场
 - 7.2 接触你的目标市场
 - 7.3 地理信息系统
 - 7.4 市场确定
 - 7.5 店址分析
 - 7.6 店址选择
- 第四部分 零售运营管理
 - 第8章 零售商财务管理
 - 8.1 商品预算
 - 8.2 零售会计报表

<<零售管理>>

- 8.3 存货估价
- 第9章 商品采购与运送
 - 9.1 商品采购与运送的主要步骤
 - 9.2 销售金额计划
 - 9.3 商品成本管理
 - 9.4 库存计划
 - 9.5 商品货源的选择
 - 9.6 供货商谈判
 - 9.7 人店商品运送
- 第10章 零售定价
 - 10.1 定价目标与定价政策
 - 10.2 具体的定价策略
 - 10.3 使用加成
 - 10.4 降价管理
- 第11章 广告与促销
 - 11.1 零售促销组合
 - 11.2 促销目标
 - 11.3 零售广告活动的策划步骤
 - 11.4 促销管理与公共宣传管理
- 第12章 顾客服务与零售
 - 12.1 顾客服务
 - 12.2 各种常见的顾客服务
 - 12.3 确定顾客服务水平
 - 12.4 零售管理
 - 12.5 零售过程
 - 12.6 顾客服务与促销审计
- 第13章 店面布置与设计
 - 13.1 店面布置管理介绍
 - 13.2 店面规划
 - 13.3 规划固定装置和商品展示
 - 13.4 店面设计
 - 13.5 视觉交流
- 第五部分 零售管理
 - 第14章 人力资源管理
 - 14.1 无形的人力资源能决定胜负
 - 14.2 招募合适的人员
 - 14.3 人力资源管理
 - 14.4 薪酬
 - 14.5 后记
 - 案例部分
- 附录 模拟试题答案
- 译后记

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>