

<<连锁企业商品管理>>

图书基本信息

书名：<<连锁企业商品管理>>

13位ISBN编号：9787542932815

10位ISBN编号：7542932810

出版时间：2012-2

出版时间：立信会计出版社

作者：沈荣耀

页数：272

字数：332000

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>

<<连锁企业商品管理>>

内容概要

沈荣耀、徐为明的《连锁企业商品管理(高职高专十二五规划教材)》共十章，第一章导论，对商品管理的基本理论加以阐述。

其中，商品概念和商品价值是统领全书的理论基础，后续章节中所有商品管理技术，包括定价、促销、陈列等，都是为了把商品销售出去，实现商品的交换价值。

第二章为商品分类与组合。

商品的分类与组合是后续商品管理的技术基础，只有在明确的商品分类组合的前提下，为商品确定定位，才能运用不同的商品管理技术手段，实现商品交换价值。

第三章为品类管理，品类管理是较新的商品管理技术，它利用现代信息技术和数据分析手段，以消费者需求为中心，对商品销售进行分析，提高商品管理能力，更好地服务于消费者的需求，促进商品销售，增强连锁企业商品销售管理的核心竞争力。

第四章为商品采购管理。

商品采购管理是连锁企业总部的核心职能之一，是连锁企业商品管理的发端。

采购管理必须与连锁企业的市场定位、市场形象相符，也要与消费者对连锁企业的需求相符。

商品采购决策影响连锁企业商品管理的其他环节，决定商品管理的技术方向，也决定了连锁企业商品结构与市场的契合度。

第五至第九章分别为商品定价管理、新品引进和滞销品管理、自有品牌管理、陈列管理和促销管理，既体现连锁企业商品管理的战略，又体现商品管理的策略技术。

第十章为商品库存管理，库存是连锁企业的一种成本，库存管理的目标就是要降低连锁企业的成本，提高服务水平，并能够对连锁企业的缺货率加以控制。

《连锁企业商品管理(高职高专十二五规划教材)》内容实用，适合高校连锁经营管理、市场营销、物流管理等有关专业选用，也可作为企业培训教材。

<<连锁企业商品管理>>

作者简介

沈荣耀

1976年12月出生，江苏启东人，2003年毕业于上海对外贸易学院，毕业至今一直在上海商学院任教，长期从事连锁经营、商品管理的教学研究工作。

著有：《品类管理实务》、《物流法规》。

参与：《连锁企业营运管理》、《特许经营》、《配送中心规划与管理》等教材的编写。

参与及主导项目有：商务部的“中国超市食品安全现状研究”、“零售商供应商公平交易政策研究”、“中国快速消费品公平交易状况研究”、上海市教委的“中国食用农产品安全存在问题及解决方案的研究”。

在各类刊物与国际会议上发表“再论零售商与供应商矛盾的法律规制”、“studvon Specialty in Categc)ry Management Of OnlineRetaiil”等多篇论文。

徐为明1971年8月出生，江西德兴人，2002#：毕业于南昌大学，数量经济学硕士，毕业至今一直在上海商学院任教。

主要教学和研究领域是物流与供应链管理、零售业的经营管理、零售企业的采购管理、连锁经营管理等。

发表论文有“江西省城市居民收入变化对居民消费的影响”、“委托一代理成本抑制因素的系统分析”、“加强采购管理，提升百货零售企业竞争力”、“国外企业在我国的采购障碍及我国供应企业的对策”、“对《供应链管理》重点课程建设的思考”、“多目标满载装卸货问题的蚁群算法研究”等。

主编和参编了《西方经济学》、《连锁企业商品采购管理》、《配送中心规划与管理》和《连锁企业营运管理》等教材。

主持或参与了“中国超市食品安全状况调查报告”、“中澳合作办学及人才培养模式实践和研究”、“上海商学院2008年重点课程供应链管理课程建设”等项目。

<<连锁企业商品管理>>

书籍目录

第一章 导论

学习目标

引导案例

第一节 商品概述

第二节 商品管理的对象和内容

第三节 商品管理组织机构

第四节 商品管理原则

第五节 商品管理流程

本章小结

思考题

实践应用

第二章 商品分类与组合

学习目标

引导案例

第一节 商品组合概述

第二节 商品分类的方式

第三节 商品组合的方法

本章小结

思考题

实践应用

第三章 品类管理

学习目标

引导案例

第一节 品类与品类管理

第二节 品类管理组织机构的建立

第三节 品类市场分析

第四节 品类结构分析

第五节 建立品类模板

第六节 品类实施推广

本章小结

思考题

实践应用

第四章 商品采购管理

学习目标

引导案例

第一节 商品采购组织

第二节 商品采购计划

第三节 商品采购绩效考核与评价的指标体系

第四节 商品采购绩效考核与评估的方式和技巧

第五节 付款业务控制

第六节 采购回扣的产生原因和杜绝措施

本章小结

思考题

实践应用

第五章 商品价格管理

<<连锁企业商品管理>>

学习目标

引导案例

第一节 企业商品价格管理基础

第二节 商品定价管理

第三节 变价管理

本章小结

思考题

实践应用

第六章 新品引进和滞销品管理

学习目标

引导案例

第一节 新品引进

第二节 滞销品管理

本章小结

思考题

实践应用

第七章 自有品牌管理

学习目标

引导案例

第一节 自有品牌基础知识

第二节 自有品牌供应商管理

第三节 自有品牌营销策略

本章小结

思考题

实践应用

第八章 商品陈列

学习目标

引导案例

第一节 商品陈列基础

第二节 商品陈列的要求和原则

第三节 商品陈列的基本类型

第四节 商品陈列的方法

第五节 商品的陈列技术

第六节 商品陈列的表现手法

第七节 商品陈列的位置设计

本章小结

思考题

实践应用

第九章 商品促销

学习目标

引导案例

第一节 促销概述

第二节 促销流程

本章小结

思考题

实践应用

第十章 商品库存管理

<<连锁企业商品管理>>

学习目标

引导案例

第一节 商品库存管理的内容系统

第二节 库存管理技术

第三节 商品库存补货策略

本章小结

思考题

实践应用

参考文献

<<连锁企业商品管理>>

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>