

<<特许经营>>

图书基本信息

书名：<<特许经营>>

13位ISBN编号：9787800016295

10位ISBN编号：7800016293

出版时间：1996-01

出版时间：企业管理出版社

作者：牛海鹏

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>

<<特许经营>>

内容概要

特许经营作为一种新型商业形式，近几年来在我国大有蓬勃发展之势。

从麦当劳到7-11便利店、从富士彩色专卖店到Dairy - Queen，各式各样的世界著名特许组织的分支店在我国大江南北四处生根，并迅速扩展其网络；与此同时，我国的一些有远见的企业家也正在开始尝试采用特许经营的方式发展壮大自己的队伍。

本书详尽介绍了特许经营的概念、特点、分类和范围，以及特许经营计划、加入特许体系的步骤和方法，还讨论了特许经营的营销、特许关系、特许经营所涉及的法律问题、特许合同等一系列对建立特许组织和加入特许体系这两方面都相当关键的问题，并附有数个当今著名特许经营的案例以示佐证。从而既能给有志于以特许方式经营业务的企业，又能给想购买特许权、开一家特许分店自己当老板的读者提供指导。

总之，本书以实务为主，兼及系统的理论知识，既适合于企业界人士参考，也可作为大学商学、市场营销和企业管理等专业的专业教材。

<<特许经营>>

书籍目录

目录

第一章 什么是特许经营

1.1 特许经营概况

1.2 特许经营的概念和类型

第二章 特许经营的历史与发展

2.1 特许经营的起源

2.2 特许经营的现状

2.3 美国、日本和香港的特许经营事业

第三章 特许经营的运作原理

3.1 新制度学派模型

3.2 依赖性的加强

第四章 特许经营的分类和范围

4.1 特许经营的分类

4.2 特许经营与其他商业形式的区别

4.3 实行特许经营的行业类型

第五章 特许经营的优点与缺点

5.1 特许经营对特许人的优缺点

5.2 特许经营对受许人的优缺点

第六章 特许经营计划

6.1 特许经营的可行性研究

6.2 建立特许组织的步骤

6.3 发展特许组织

第七章 特许经营的营销管理

7.1 特许经营的战略计划

7.2 制定市场营销组合

7.3 特许经营的服务策略

第八章 特许经营的财务安排

8.1 首期特许费

8.2 特许权组合的销售

8.3 其他费用

第九章 如何成为受许人

9.1 自我评估

9.2 分析业务类型

9.3 评估特许人

9.4 评估特许人的业务计划

9.5 其他考虑因素

9.6 潜在受许人对特许权的评估表

第十章 特许人与受许人的关系

10.1 特许人向受许人提供的服务

10.2 双方的权利和义务

10.3 沟通

第十一章 特许经营与相关法律问题

11.1 特许经营的内容

11.2 合同中的一些重要内容

11.3 特许经营的结构

<<特许经营>>

11.4相关法律问题

第十二章 复合特许经营

12.1复合特许经营的概念和内容

12.2复合特许经营合同

12.3结合型特许经营简介

第十三章 国际特许经营

13.1特许经营的国际化趋势

13.2国际特许经营涉及的法律问题

13.3特许经营国际化决策

13.4国际总特许经营合同

第十四章 发展我国的特许经营

14.1我国特许经营的现状

14.2发展我国特许经营的条件

14.3发展我国特许经营的方法和途径

第十五章 特许经营案例选

案例一 富士彩色特许专卖店经营简介

案例二 麦当劳公司特许制度的特点

案例三 日本西武特许体系的操作流程

案例四7 11便利店的特许制度

案例五 洗衣乐园的特许经营计划

附录一 英文特许合同样本

附录二 中文特许合同样本

附录三 国际特许经营协会的道德规范

参考书目

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>