

<<美容业管理与营销>>

图书基本信息

书名：<<美容业管理与营销>>

13位ISBN编号：9787801568779

10位ISBN编号：780156877X

出版时间：2005-10

出版时间：中国中医药出版社

作者：王海崇 编

页数：131

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>

<<美容业管理与营销>>

内容概要

目前在美容行业具有较高理论水平和较高操作技能的人才十分紧缺。

美容高级人才的短缺直接制约着美容行业的发展，影响着社会公众对美容行业的依赖与认可。

可以说，美容业发展至今又到了一个关键的转折点，即从数量向质量转变，从一般美容向专业美容转变，从西医美容向中医美容转变。

这就迫切需要高等美容教育专业的发展，需要大批既懂美容理论，也会实践操作，又善经营管理型人才的涌现。

美容业的管理与营销水平直接关系到产业发展是否健康、有序，有鉴于此，我们组织编写了《美容业管理与营销》这本教材。

全书分为十大部分：绪论，现代美容企业的经营战略步骤，现代美容企业的管理，现代美容企业的市场营销，现代美容企业的服务礼仪和职业道德，美容店的筹建事宜，美容企业的财务管理，美容企业的投诉管理，美容企业管理与营销的其他技巧，以及附录。

其中所附的《美容美发行业分等定级规定》为王海棠教授起草，由陕西省质量技术监督局颁发执行，供同行参考。

<<美容业管理与营销>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 现代美容企业概论 一、美容企业的概念 二、美容企业的基本特征
 三、美容企业的作用 四、美容企业的分类 第二节 美容企业的任务 一、美容企业的契机
 二、美容企业的任务 第三节 美容企业的素质 一、美容企业素质的概念 二、提高企业
 素质的途径 三、美容企业的形象 第二章 现代美容企业的经营战略步骤 第一节 市场调查
 一、市场调查的作用 二、市场调查的内容 三、市场调查的程序 四、市场调查的方法 第
 二节 市场预测 一、市场预测概述 二、市场预测的内容 三、市场预测的程序 四、市
 场预测的方法 第三节 经营决策 一、经营决策概述 二、经营决策的类型 三、经营决策
 的基本程序 四、经营决策的分析方法 五、经营决策的实施 第三章 现代美容企业的管理 第
 一节 企业管理概述 一、企业管理的概念 二、管理的性质 第二节 现代企业管理的职能
 一、计划职能 二、组织职能 三、指挥职能 四、控制职能 五、协调职能 第三节
 现代企业管理的方法 一、经济方法 二、行政方法 三、法律方法 四、教育方法 第四
 节 现代管理的原理 一、系统原理 二、整分合原理 三、能级原理 四、弹性原理
 五、动力原理 六、反馈原理 第五节 人力资源配置 一、人力资源配置的目的 二、人力
 资源配置的原则 三、人力资源配置的方法 第四章 现代美容企业的市场营销 第五章 现代美容企
 业的服务礼仪和职业道德 第六章 美容院的筹建事宜 第七章 美容企业的财务管理 第八章 美容企业
 的投拆管理 第九章 美容企业管理与营销的其他技巧 附录 相关标准

<<美容业管理与营销>>

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>