

<<零售学>>

图书基本信息

书名：<<零售学>>

13位ISBN编号：9787810848640

10位ISBN编号：781084864X

出版时间：2006-9

出版时间：东北财经大学出版社

作者：贝尔

页数：280

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

本书通过9个模块、12个案例，对零售业进行了全方位的描述，概括了零售业近年来的研究发展，对零售企业在定位、定价、组织管理、地点选择、扩张战略、邮购中遇到的问题和经验进行了总结，并对相关的管理理论进行了验证。

作者简介

大卫·E.贝尔，哈佛商学院农业与商业George M. Moffett教席教授，他在牛津大学获得学士学位，在麻省理工学院获得博士学位。在零售学方面，他致力于建立一种检验零售问题的经济学框架，如零售店的位置与价格战略的关系等。他还对直销、顾客忠诚和电子商务战略有特殊兴趣。此外，贝尔教授在哈佛商学院的管理经济学领域领导MBA核心课项目，并讲授两年制的风险管理和农业经济决策模型课程。

书籍目录

模块1 定位案例1 哈尔斯百货公司案例2 卡特汽车集团模块2 零售经济学案例3 斯戴普斯公司案例4 利嘉超市股份有限公司模块3 定价：零售定价的重新确定案例5 兰道斯百货公司模块4 组织：组织的管理案例6 伊藤洋华堂模块5 不动产：选择零售地点案例7 菲林地下商店案例8 北山购物中心与南山购物中心模块6 扩张战略案例9 劳尔斯公司模块7 国际扩张案例10 泰尔伯特公司模块8 家庭购物：邮购业案例11 王码公司案例12 花萼与花冠公司模块9 结论：管理时代的零售业

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>