

<<商务学概论>>

图书基本信息

书名：<<商务学概论>>

13位ISBN编号：9787030239822

10位ISBN编号：7030239822

出版时间：2009-2

出版时间：科学出版社

作者：刘秀英 编

页数：312

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>

<<商务学概论>>

内容概要

《商务学概论》共十一章，主要介绍了商务的概念及现代商务发展、商事组织与现代商务管理、商务组织的资本管理、商流管理、物流管理、商机分析与市场开拓、现代商务礼仪与商务谈判、商务合同、商务公共关系、商务法规、商务企业家的素质与培养等内容。

《商务学概论》是高等职业院校商务英语、商务日语、物流管理、企业管理、电子商务等专业的基础理论课教材。

《商务学概论》本着课程综合化的精神，从职业岗位需要和学生实际情况出发，侧重于从现代商务领域角度，全面介绍从事商务专业、管理专业所必须了解和掌握的有关现代商务的基本知识和技能，是相关专业的必修教材。

<<商务学概论>>

书籍目录

序前言第一章 商务的概念及现代商务发展第一节 商务的概念与要素一、商务概念的四大基本要素二、商务的概念三、与商务相关的外延概念四、与商务相关的经济术语第二节 商务活动及其重要性一、生产活动与商务活动二、商务活动的内容三、商务活动的重要性第三节 现代商务的发展环境一、经营方式连锁化二、商务业态多元化三、商务组织联合化四、经营战略多角化五、营销方式多样化六、布局趋向郊区化七、商务手段现代化八、商务活动电子化知识拓展案例分析小结思考题第二章 商事组织与现代商务管理第一节 商事与商事组织概述一、商事二、商事组织三、商事组织的发展进程第二节 商事组织的法律形式一、个人企业二、合伙企业三、公司第三节 现代商务管理一、商务管理的概念与特征二、商务管理的职能与任务三、商务管理的重要性知识拓展案例分析小结思考题第三章 商务组织的资本管理第一节 资本管理概述一、资本管理的内涵二、现代组织与资本管理的关系三、资本管理的原则、内容与方式四、商务组织的具体资本管理第二节 商务组织筹资管理一、商务组织筹资管理的目标与原则二、商务组织的筹资渠道与筹资方式三、商务组织的筹资决策分析第三节 商务组织的投资管理一、投资管理概述二、货币资金管理三、应收款项管理四、固定资产投资管理第四节 商务组织的财务管理一、商务组织的财务预测二、商务组织的财务决策三、商务组织的财务预算四、商务组织的财务控制五、商务组织的财务分析与评价知识拓展案例分析小结思考题第四章 商流管理第一节 商流管理概述一、商流概述二、商流的特征与内容三、商流的渠道四、商流在现代商务管理中的作用五、商流管理的基本任务第二节 销售服务管理一、销售方式的选择二、销售服务质量管理三、销售利润与销售费用管理第三节 货源管理一、企业货源的组织原则与要求二、国内货源的组织方式三、国外货源的组织方式四、企业采购决策知识拓展案例分析小结思考题第五章 物流管理第一节 物流概述一、物流的定义二、物流的发展三、物流与商流的关系四、生产企业物流与商务物流的关系第二节 物流职能一、物流的基本职能二、现代物流的经济职能第三节 现代物流管理一、物流成本管理二、物流质量管理三、物流信息管理四、物流供应链管理知识拓展案例分析小结思考题第六章 商机分析与市场开拓第一节 商机概述一、商机的概念二、商机存在的类型及特点第二节 商机与商情信息一、商情信息的重要性及途径二、商情信息收集的基本方法三、商情信息的分析与处理第三节 商机分析与选择一、商机分析和评价的意义二、商机分析和评价的原则三、商机的选择、评价与捕捉第四节 企业市场开拓一、市场开拓概述二、新产品市场开拓三、服务市场开拓四、国际市场开拓知识拓展案例分析小结思考题第七章 现代商务礼仪与商务谈判第一节 现代商务礼仪一、现代商务礼仪的内涵二、现代商务礼仪的原则三、现代商务礼仪的重要性第二节 现代商务谈判一、商务谈判及其特点二、商务谈判的准备三、商务谈判的过程第三节 商务谈判的策略与技巧一、商务谈判的基本策略二、商务谈判的实用策略三、讨价还价策略四、排除谈判障碍的方法第四节 商务礼仪与商务谈判一、谈判准备的礼仪.....第八章 商务合同第九章 商务公共关系第十章 商务法规第十一章 商务企业家的素质与培养方法参考文献

<<商务学概论>>

章节摘录

第一章 商务的概念及现代商务发展 引导案例 商务人必读：做生意、赚大钱的三十条不二法则

1) 生意是为社会大众贡献服务的。因此，利润是它应得到的合理报酬。

2) 不可一直盯着顾客，不可纠缠啰嗦。

3) 地点的好坏比商店的大小更重要；商品的好坏又比地点的好坏更重要。

4) 商品排列井然有序，不见得生意就好；反倒是杂乱无章的小店，常有顾客登门。

5) 把交易的对象都看成自己的亲人。

是否能得到顾客的支持，决定商店的兴衰。

6) 销售前的奉承，不如售后服务。

这是制造“永久顾客”的不二法则。

7) 要把顾客的责备当作“神佛的话”，不论是责备什么，都要欣然接受。

8) 不必忧虑资金的缺乏，该忧虑的是信用不足。

9) 采购要稳定、简化。

10) 只花一元钱的顾客，比花一百元的顾客对生意的兴隆更具有根本性的影响力。

11) 不要强迫推销。

不是卖顾客喜欢的东西，而是卖对顾客有益的东西。

12) 周转资金要多。

一百元的资金周转十次，就变成了一千元。

13) 遇见顾客前来退换货物时，态度要比出售时更和气。

14) 当着顾客的面斥责店员或夫妻吵架，是赶走顾客的“妙方”。

15) 出售好商品是件善事，为好商品作宣传更是件善事。

16) 要有这样坚定的自信和责任感：如果我不从事这种销售，社会就不能圆满活动。

17) 对批发商要亲切。

有正当要求，就要坦诚地、原原本本地说出来。

18) 即使赠品只是一张纸，顾客也是高兴的。

如果没有赠品，就赠送“笑容”。

19) 既然要雇店员为自己工作，就要在待遇、福利方面订立合理的制度。

20) 要不断创新。

美化商店的陈列，也是吸引顾客登门的秘诀之一。

21) 浪费一张纸，也会使商品价格上涨。

22) 商品售完缺货，也等于是怠慢顾客，是商店要不得的疏忽。

这时应郑重道歉。

23) 严守不二价。

减价反而会引引起混乱和不愉快，有损信用。

24) 儿童是福神。

对携带小孩的顾客，或被派来购物的小孩，要特别照顾。

25) 经常思考当日的损益，要养成不算出今天的损益就不睡觉的习惯。

26) 要得到顾客的信誉和夸奖：“只要是这家店卖的，就是好的。”

27) 推销员一定要随身携带一两件商品及广告、说明书。

<<商务学概论>>

编辑推荐

《商务学概论》共十一章，主要介绍了商务的概念及现代商务发展、商事组织与现代商务管理、商务组织的资本管理、商流管理、物流管理、商机分析与市场开拓、现代商务礼仪与商务谈判、商务合同、商务公共关系、商务法规、商务企业家的素质与培养等内容。

《商务学概论》是高等职业院校商务英语、商务日语等专业的基础理论课教材。

<<商务学概论>>

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>