

<<连锁经营管理概论>>

图书基本信息

书名：<<连锁经营管理概论>>

13位ISBN编号：9787302205425

10位ISBN编号：7302205426

出版时间：2009-8

出版时间：清华大学出版社

作者：陈宏威 编

页数：239

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>

<<连锁经营管理概论>>

前言

20世纪末，我国零售业开始积极引入连锁经营方式，并且迅速成为许多企业快速发展的重要途径。

近几年来，随着我国经济的蓬勃发展，连锁经营作为一种现代企业的组织形态和经营制度，正在被零售业、餐饮业、服务业等行业广泛应用，从2004年至2008年的5年间，零售业连锁百强企业销售规模的平均增长率为25.7%。

百强企业门店总数的平均增长率为31.8%。

购物中心、大卖场、超市、专业店、便利店等新型零售业态迅猛发展，一些大型连锁企业大规模扩张，都遇到了店长、部门经理、采购人员、业务主管等管理人员紧缺的情形，既缺乏高层次的企业管理人才，也缺乏从事购销业务的一线经营人才。

每年仅零售连锁企业门店增长的数量，对连锁专业人才需求的数量就达到数十万人。

为了适应当前我国连锁业快速发展对管理人才的需求，许多高等院校设置了连锁经营管理专业，并在工商管理类专业开设了连锁经营的相关课程。

为了更好地满足高等院校的教学需求，为发展我国的连锁经营，提高我国零售业企业的管理水平贡献一份力量，我们编写了本教材。

本书的宗旨就是系统地介绍连锁经营管理的基本理论与运作过程，使读者通过本书获得连锁经营管理的知识与实践技能，这些知识和技能包括以下几个方面的内容： 第一，连锁经营管理的基本理论。

第二，连锁企业经营管理的基本方法与技能。

第三，连锁企业经营管理的实践与操作。

本教材的体系设计是与连锁企业的工作过程有机地结合起来，理论与实际紧密结合，使学生全面了解连锁经营所涉及的各个方面、连锁企业工作的各个环节，熟悉业务流程，掌握基本的岗位技能和操作方法。

坚持“实践技能为重，理论够用为度”的原则，帮助学生在理解和掌握理论知识的基础上，强调应用性和岗位技能的培养，本书具有以下特点： 1.创新性。

根据新时代对高等职业教育人才的需求，在对职业岗位所需求的专业知识和专项能力进行科学分析的基础上，吸取国内外先进研究成果和连锁企业的成功经验，将新知识、新技术、新内容及时融入教材中，以确保符合职业教育的特色。

<<连锁经营管理概论>>

内容概要

本书阐述了连锁经营管理的基本理论与运作过程，较全面地介绍了连锁经营的基本知识、发展历史和现状、连锁经营的类型、业态选择与导入、连锁企业组织结构，并从连锁企业的角度重点介绍了企业战略管理、店铺开发策略、商品管理、店铺的布局设计与商品陈列、定价与促销管理、物流与配送管理、人力资源管理、信息管理系统以及企业的经营绩效评估等方面的知识。

本书通俗易懂、简明扼要，并针对高职高专的特点，通过大量的案例、阅读资料、参考案例、相关链接和技能训练题，强化学生的素质、知识、操作技能的训练，培养学生分析问题和解决问题的能力，提升和拓展学生连锁经营的理论知识和操作技能。

本书可作为高职高专连锁经营管理、工商企业管理、市场营销、物流管理、商务管理、电子商务等专业的教材。

也可用于有志于从事连锁经营管理工作的人员自学。

<<连锁经营管理概论>>

书籍目录

第1章 连锁经营概述 1.1 连锁经营的基本特征 1.1.1 连锁经营的基本概念 1.1.2 连锁经营的基本特征 1.1.3 连锁经营管理上的3S原则 1.1.4 连锁经营与传统商业经营的比较 1.2 连锁经营的基本类型 1.2.1 直营连锁 1.2.2 特许连锁 1.2.3 自由连锁 1.2.4 连锁经营类型的比较 1.3 连锁经营的业态选择与导入 1.3.1 连锁经营的业态选择 1.3.2 连锁经营的导入及风险规避 1.4 连锁经营的产生和发展 1.4.1 国外连锁经营的产生和发展 1.4.2 中国连锁经营的产生、发展与现状 本章小结 练习与讨论题第2章 连锁经营的组织结构 2.1 连锁企业组织结构设置的原则与程序 2.1.1 连锁企业组织结构设置的原则 2.1.2 连锁企业组织结构设置的程序 2.2 连锁总部的组织结构 2.2.1 连锁总部的组织结构 2.2.2 连锁总部的基本职能和履行基本职能过程中发挥的作用 2.2.3 总部各职能部门的职能 2.3 连锁门店的组织结构 2.3.1 门店的组织结构 2.3.2 门店职能 2.4 连锁配送中心的组织结构 2.4.1 配送中心的组织结构 2.4.2 配送中心的职能 本章小结 练习与讨论题第3章 连锁企业战略管理 3.1 连锁企业环境分析与市场定位 3.1.1 连锁企业经营环境分析 3.1.2 连锁企业目标选择 3.1.3 连锁企业市场定位 3.2 连锁企业的经营战略 3.2.1 连锁企业经营战略的含义 3.2.2 连锁企业经营战略的选择 3.3 连锁企业的发展战略 3.3.1 连锁企业发展战略的含义 3.3.2 连锁企业发展战略的选择 3.4 连锁企业的竞争战略 3.4.1 连锁企业竞争战略的含义 3.4.2 连锁企业竞争的主要表现 3.4.3 连锁企业竞争战略的选择 本章小结 练习与讨论题第4章 连锁店铺开发策略 4.1 市场调查与商圈分析 4.1.1 开店前的市场调查 4.1.2 商圈分析与商圈的设定 4.2 店铺的选址 4.2.1 店铺选址的重要性与选址的原则 4.2.2 店铺选址的程序 4.2.3 店铺网点位置的选择第5章 连锁企业的商品管理第6章 连锁店铺的布局设计与商品陈列第7章 连锁企业促销管理第8章 连锁企业物流配送管理第9章 连锁企业内部管理第10章 连锁经营相关法律法规附录参考文献

<<连锁经营管理概论>>

章节摘录

第1章 连锁经营概述 1.3 连锁经营的业态选择与导入 1.3.1 连锁经营的业态选择 1.业态的概念 零售业态是零售企业为满足不同的消费需求，进行相应的要素组合而形成不同的经营形态。即针对不同的需求，按照既定的战略目标，有选择地运用商品结构、价格政策、销售方式、店铺选址、规模及形态等手段提供销售和服务的类型化经营形态。

传统的零售业主要根据经营商品的类别（即卖什么商品）来划分不同类型的零售店。也称为业种店。

现代的零售业则是根据消费者的需求特征，从商品组合、购物环境、商品陈列、交易结算、销售方式及相应的组织管理形式等方面（即怎样卖商品）来划分零售店。因此，被称为业态店。

连锁经营不是独立的零售业态，是一种企业经营形式和管理模式，它必须与具体的业态相结合，才能显示其存在形式和独特的魅力。

2.零售业态的分类 2004年，国家有关单位对零售业态分类进行了研究和重新修订。新国家标准按照零售店铺的结构特点，根据其经营方式、商品结构、服务功能，以及选址、商圈、规模、店堂设施、目标顾客和有无固定场所等因素将零售业划分为18种业态，包括食杂店、便利店、折扣店、超市、大型超市、仓储会员店、百货店、专业店、专卖店、家居建材商店、购物中心、厂家直销中心、电视购物、邮购、网上商店、自动售货亭、直销、电话购物等（详细参见附录1）。

<<连锁经营管理概论>>

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>