

<<商品流通理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<商品流通理论与实务>>

13位ISBN编号：9787302304845

10位ISBN编号：730230484X

出版时间：2013-1

出版时间：清华大学出版社

作者：杨凤，杜琳 编

页数：251

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>

## <<商品流通理论与实务>>

### 前言

本书严格贯彻“以应用为目的，以必需够用为度”的原则，理论讲解力求浅显精练，数学推导适当简化、循序渐进，兼顾简便实用的方法和学科前沿成果的相融性，适应职业技能型读者的需求。教材内容的处理，突出应用，精选案例，以真实的案例为阐述工具，使理论知识与商品流通实践之间的距离进一步缩小。

本书选用的案例比较有代表性，能帮助读者学会处理生产、流通、消费的各种问题。

每章结束后均附有思考及练习题，为课后训练和培养学生自学能力提供了方便。

总之，本书在内容适度、通俗易懂、表述精练、强调实践性和可操作性等方面有一定的特色。

本书的结构分为9章内容。

第1章重点介绍商品流通产业的特征、商品流通的概念以及商品流通的产生与发展，并分析了社会分工、商品交换与商业的一般关系。

第2章涉及零售商业的功能、特点与分类；零售商业的影响因素；零售商业业态变迁的理论，以及我国零售商业的发展趋势。

第3章主要介绍百货商店、连锁店、超级市场、专业店以及其他几种主要零售业态形式，分析了各种零售业态形式的优缺点、各种零售业态形式的特征以及业态选择的主要标准。

.....

## <<商品流通理论与实务>>

### 内容概要

《高等院校市场营销专业实践与应用型规划教材：商品流通理论与实务》共分9章，分别从商品流通的产生与发展、零售商业概述、零售业态选择、零售选址与店铺管理、零售商品与顾客管理、批发商业、批发市场、商品质量监督与认证以及商品检验进行论述。

《高等院校市场营销专业实践与应用型规划教材：商品流通理论与实务》以案例教学贯穿，使理论知识与流通实践之间的距离进一步缩小。

《高等院校市场营销专业实践与应用型规划教材：商品流通理论与实务》可作为高校经管类专业教材，也可作为企事业单位员工培训教材使用。

## 书籍目录

第1章 商品流通的产生与发展 1.1 交换与商业 1.1.1 社会分工与商品交换 1.1.2 商品交换的发展和商业的产生 1.1.3 商业的概念与分类 1.2 商业的特征与贡献 1.2.1 商业的特征 1.2.2 商业的贡献 1.3 商业的发展 1.3.1 零售商业的发展 1.3.2 批发商业的发展 本章小结 学习自测题 案例分析第2章 零售商业概述 2.1 零售商业的定义、功能与分类 2.1.1 零售商业的定义与特点 2.1.2 零售商业的功能 2.1.3 零售商业的分类 2.2 零售商业的影响因素及零售要素组合 2.2.1 零售商业的影响因素 2.2.2 零售要素组合及零售营销特点 2.3 零售业态的变迁及其理论假说 2.3.1 零售业态的变迁 2.3.2 业态变迁的理论假说 2.4 我国零售商业的发展趋势 2.4.1 业态多样化 2.4.2 选址郊外化与信息网络化 2.4.3 组织连锁化与配送社会化 2.4.4 资本国际化与商业品牌化 2.4.5 体制民营化与管制规范化 本章小结 学习自测题 案例分析第3章 零售业态选择 3.1 百货商店 3.1.1 百货商店的定义 3.1.2 百货商店的产生与发展 3.1.3 百货商店的经营特征 3.2 连锁店 3.2.1 连锁店的意义与经营趋势 3.2.2 连锁店的产生与发展 3.2.3 连锁店的经营形态 3.3 超级市场 3.3.1 超级市场的定义与特征 3.3.2 超级市场的产生与发展 3.3.3 超级市场的种类 3.3.4 超级市场的业务构成 3.4 专业店 3.4.1 专业店的定义与特征 3.4.2 专业店的产生与发展 3.5 其他业态 3.5.1 便利店 3.5.2 仓储式商店 3.5.3 购物中心 3.5.4 专卖店 3.5.5 无店铺零售业 3.6 零售业态的选择标准和评价 3.6.1 相似业态分析 3.6.2 零售业态的选择标准与评价 本章小结 学习自测题 案例分析第4章 零售选址与店铺管理 4.1 零售商圈的确定 4.1.1 商圈的概念 4.1.2 商圈分析 4.1.3 商圈的确定 4.2 零售选址 4.2.1 选址的重要性 4.2.2 选址的原则 4.2.3 选址的步骤 4.3 零售店铺设计 4.3.1 店铺设计的一般原则 4.3.2 店铺的外观设计 4.3.3 店铺的内部设计 4.4 零售店的商品陈列 4.4.1 商品陈列的功能 4.4.2 商品陈列的原则 4.4.3 商品陈列的种类 4.4.4 商品陈列的技术要求 本章小结 学习自测题 案例分析第5章 零售商品与顾客管理 5.1 零售商品规划 5.1.1 零售商品的分类 5.1.2 零售商品结构与目录 5.1.3 零售商品组合 5.2 零售商品采购 5.2.1 商品采购的原则和方式 5.2.2 商品采购策略 5.2.3 商品采购合同 5.3 零售顾客管理 5.3.1 购买过程中的消费者心理 5.3.2 接待步骤与方法 5.3.3 顾客服务的内容与品质 5.3.4 顾客投诉的处理 本章小结 学习自测题 案例分析第6章 批发商业 6.1 批发商业的定义、功能与分类 6.1.1 批发商业的定义与特点 6.1.2 批发商业的功能 6.1.3 批发商业的分类 6.2 批发商业的用户特征与经营原则 6.2.1 批发商业的用户特征 6.2.2 批发商业的经营原则 6.3 批发商业面临的挑战与发展趋势 6.3.1 批发商业面临的挑战 6.3.2 批发商业面临的发展机会 6.3.3 批发商业的发展趋势 本章小结 学习自测题 案例分析第7章 批发市场 7.1 批发市场的定义、功能与分类 7.1.1 批发市场的定义 7.1.2 批发市场的功能 7.1.3 批发市场的分类 7.1.4 批发市场的主体 7.2 批发市场的交易规则、形式与方法 7.2.1 批发市场的交易规则 7.2.2 批发市场的交易形式 7.2.3 批发市场的交易方法 7.3 商品交易所 7.3.1 商品交易所的定义、功能与分类 7.3.2 商品交易所的组织机构与交易者 7.3.3 商品交易所的交易规则 本章小结 学习自测题 案例分析第8章 商品质量监督与认证 8.1 商品质量监督 8.1.1 商品质量监督的概念和作用 8.1.2 商品质量监督的种类和形式 8.1.3 国家质量监督机构 8.2 质量认证制度 8.2.1 什么是认证 8.2.2 我国的质量认证概况 8.2.3 我国质量认证的主要原则 8.2.4 认可制度 8.3 产品质量认证 8.3.1 产品质量认证的概念与类型 8.3.2 世界各国实行的质量认证制度 8.3.3 我国产品质量认证标志 8.3.4 国外产品质量标准认证 8.4 管理体系认证： 8.4.1 管理体系认证的产生与发展 8.4.2 我国质量体系认证管理机构 8.4.3 产品质量认证和质量体系认证的关系与区别 8.4.4 企业在选择产品认证或体系认证时应考虑的原则 8.5 质量管理和质量保证系列标准 8.5.1 ISO9000系列标准 8.5.2 ISO 14000 环境管理体系系列标准 8.5.3 ISO 14000体系与ISO 9000体系的关系 本章小结 学习自测题 案例分析第9章 商品检验 9.1 商品检验与鉴定 9.1.1 商品检验和商品鉴定的概念 9.1.2 商品质量检验的分类 9.2 商品抽样 9.2.1 抽样的概念和意义 9.2.2 随机抽样的方法 9.2.3 抽样检验方法和相关标准 9.3 商品检验的方法 9.3.1 感官检验法 9.3.2 理化检验法 9.3.3 微生物检验法 9.4 商品品级 9.4.1 商品品级与商品分级 9.4.2 商品分级的方法 9.5 假冒伪劣商品的识别 9.5.1 假冒伪劣商品 9.5.2 识别伪劣商品的一般方法 本章小结 学习自测题 案例分析参考文献

## &lt;&lt;商品流通理论与实务&gt;&gt;

## 章节摘录

## (1) 物物交换。

人类最初的商品交换，表现为直接的物物交换，即商品商品（W-W）。

最初的物物交换，发生在原始社会公社之间。

由于当时社会的生产力水平极为低下，可供维持的生存的产品极其有限，因此，能够在原始社会之间进行交换的产品都是各自的剩余物，交换行为具有极大的偶然性，交换频率极低。

在这种交换形势下，生产的目的并不在于交换，只是为了自身的消费，满足消费之后的才偶然用来交换。

物物交换，无论就其物质内容，还是交换形式而言都是极其简单的。

交换双方在让渡自己商品的同时，也占有了对方的商品。

物物交换具有很大的局限性。

首先，商品的价值无法得到充分准确的表现，从而很难真正做到等价交换；其次，交换双方必须彼此都需要对方的产品，否则交换就无法进行。

这种物与物的交换带来了极大的不便，限制了商品交换的发展。

## (2) 以货币为媒介的商品交换。

随着商品交换和商品生产的发展，进入交换过程的产品品种和数量不断增加，客观上就需要一种“第三种产品”来作为两种商品的交换媒介。

这个“第三种产品”可以作为所有商品的一般等价物，商品交换通过“第三种产品”来实现，从而使商品交换由“直接”转变为“间接”。

这个“第三种产品”就是货币。

货币的出现，使商品交换分离成两个相对独立的阶段，即买和卖。

买和卖不仅在空间上是分离的，而且在时间上也是不一致的。

卖是商品的第一形态变化，即商品转化为货币；买是商品的第二形态变化，即货币转化为商品。

这两个阶段的统一，就是为买而卖，即商品-货币-商品（W-G-W），也就是以货币为媒介的商品交换。

。

.....

## <<商品流通理论与实务>>

### 编辑推荐

杨凤等编著的《商品流通理论与实务》严格贯彻“以应用为目的，以必需够用为度”的原则，理论讲解力求浅显精练，数学推导适当简化、循序渐进，兼顾简便实用的方法和学科前沿成果的相融性，适应职业技能型读者的需求。

教材内容的处理，突出应用，精选案例，以真实的案例为阐述工具，使理论知识与商品流通实践之间的距离进一步缩小。

本书选用的案例比较有代表性，能帮助读者学会处理生产、流通、消费的各种问题。

每章结束后均附有思考及练习题，为课后训练和培养学生自学能力提供了方便。

总之，本书在内容适度、通俗易懂、表述精练、强调实践性和可操作性等方面有一定的特色。

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>