第一图书网, tushu007.com

<<商品基础知识>>

图书基本信息

书名：<<商品基础知识>>

13位ISBN编号：9787504549730

10位ISBN编号：7504549738

出版时间：2005-6

出版时间：中国劳动（社会保障）出版社

作者：阙光辉

页数：185

字数：136000

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

第一图书网, tushu007.com

前言

《中华人民共和国劳动法》规定：“从事技术工种的劳动者，上岗前必须经过培训。”国家对相应的职业制定《国家职业标准》，实行职业技能培训。

职业技能培训是提高劳动者知识与技能水平、增强劳动者就业能力的有效措施。社会主义市场经济条件下，劳动者竞争上岗、以贡献定报酬，这种新型的劳动、分配制度，正成为千千万万劳动者努力提高职业技能的动力。

实施职业技能培训，教材建设是重要的一环。为适应职业技能培训的迫切需要，推动职业培训教学改革，提高培训质量，中国劳动社会保障出版社会同劳动和社会保障部有关司局，组织有关专家、技术人员和职业培训教学人员编写了职业技能培训系列教材。

职业技能培训教材贯彻“求知重能”的原则，在保证知识连贯性的基础上，着眼于技能操作，力求内容浓缩、精练，突出教材的针对性、典型性、实用性。

职业技能培训教材供各级培训机构的学员参加培训、考核使用，亦可作为就业培训、再就业培训、企业培训、劳动预备制培训用书，对于各类职业技术学校师生、相关行业技术人员也有较高的参考价值。

百年大计，质量第一。编写职业技能培训教材是一项艰巨的探索性工作，不足之处在所难免，恳切欢迎各使用单位和读者提出宝贵意见和建议。

内容概要

本书是由劳动和社会保障部教材办公室组织编写的职业技能培训教材，是超市从业人员岗位组合培训教材知识系列中的一本，全书文字通俗易懂，内容实用，主要介绍了商品概念与商品分类、商品目录和商品代码、商品包装、商品质量、商品特性等内容。

本书可供职业学校、企业在职培训使用，也可供相关人员自学使用。

<<商品基础知识>>

书籍目录

第一章　商品概念与商品分类　　第一节　商品概念　　第二节　商品分类　　第三节　商品专业分类　　第四节　商品商业分类　　第五节　超市商品分类与管理　　第二章　商品目录和商品代码　　第一节　商品目录　　第二节　商品条形码　　第三节　超市商品价格标识　　第三章　商品包装　　第一节　商品包装概论　　第二节　商标　　第三节　超市商品包装　　第四节　超市商品日常包装　　第四章　商品质量　　第一节　商品质量概论　　第二节　超市商品质量常识　　第三节　超市商品质量管理　　第五章　商品特性　　第一节　商品基本特性　　第二节　超市商品特点　　第三节　超市各类商品的特性

章节摘录

1）变动性。
某些商品在不同季节存在巨大的销售额差异，这在零售业比较常见（例如，2000年北京空调大热卖），超市这个行业也不例外，所以说主力商品群不是一成不变的。
超市管理人员应时刻追踪市场最新动态，跟上市场最新变点，不断随季节、年份、消费者偏好变化变更主力商品群。
2）主力商品群还能体现出超市的差异性。
超市虽然销售产品基本类似，但在定位上都有所不同，正如我们谈到沃尔玛和家乐福，明显地能感觉在不同商品上各具有优势。
主力商品群正是体现了某超市自己具有经营特色或个体化的商品，与其他超市相比，更易被消费者接受，换一种方式说，消费者一谈到这类商品，首先想到的是该超市物美价廉、产品质量好、价格低、服务到位等。
这种差异化包含了许多方面，归纳起来，超市在主力商品群上一般采取两种战略：一种是低成本价格领先；另一种是采取产品差异化，在服务、包装、质量等方面的差异。
（2）辅助性商品群。
辅助性商品群是对主力商品群的补充，大多与主力商品群有很强的关联性，多是常备日用品，如香皂和香皂盒，香皂为主力商品，香皂盒属于辅助性商品群。
辅助性商品群的存在不仅更加衬托了主力商品群，而且使整个超市商品更加丰富，为超市带来了热闹的气氛。
与主力商品群相比，辅助性商品群差异性较小，季节变动性较弱。
（3）附属性商品群。
附属性商品群是辅助性商品群的补充商品群，它的特征是购买频率和销售比重较低，与主力商品群关联较少，顾客临时决定要购买，满足消费者多样性的需求，满足消费者的购物欲。

第一图书网, tushu007.com

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