

<<商品学实务 《第二版》 >>

图书基本信息

书名：<<商品学实务 《第二版》 >>

13位ISBN编号：9787561145555

10位ISBN编号：7561145551

出版时间：2008-11

出版时间：大连理工大学出版社

作者：汤云，翟玉强 主编

页数：252

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>

<<商品学实务 《第二版》 >>

内容概要

《商品学实务》是新世纪高职高专教材编委会组编的市场营销类课程规划教材之一。

商品是社会经济的缩影，是企业经营”活动的指南。

市场经济越发达，商品越丰富，市场竞争越激烈。

在我国市场经济进一步完善的今天，‘质量是市场竞争的焦点’已成为人们的共识，消费个性化、市场专门化、产品细分化导致了商品品种的多样化。

面对残酷的竞争，持续开发、生产和提供适用的商品，提高服务水准，已成为每一个生产经营企业的重要课题。

同时，面对严峻的质量形势和尚不规范的企业经营行为，消费者不仅要具备自我保护的意识与能力，还需了解和掌握商品的一些基本理论和鉴别商品质量优劣的能力。

因此，商品学作为一门以商品质量为中心、研究商品使用价值、融自然科学和社会科学于一体的应用性学科在经济活动中的作用就越发明显。

编者在多年的商品学教学实践工作中发现，企业一线缺乏实用商品知识的现象较多，培训机构在培养面向社会生产、建设、管理和一线“下得去、用得上、留得住”的应用型人才方面缺乏系统和有针对性的教材。

为此，我们编写了《商品学实务》。

本教材具有以下主要特色： 1. 商品学在其发展过程中产生了两个研究方向：一个是从自然科学和技术学的角度研究商品使用价值，研究的中心内容是商品质量，称为自然科学的商品学或技术商品学；另一个是从社会科学和经济学的角度，特别是从市场营销和消费需求方面研究与商品质量和品种相关的问题，称为社会科学的商品学或经济商品学。

本教材主要从自然科学和技术学的角度研究商品的使用价值。

2. 在体例上，每章均有案例导入、学习目标、本章小结、复习思考题、综合练习题及实训设计，注重强化学生能力培养，力求达到“融教、学、做及理、实为一体”的教学效果。

3. 在内容组织上，力求达到理论知识够用，并在实践中具有指导意义。

穿插了许多典型案例进行分析，汲取了商品学发展的最新成果，力求体现“繁中求精，精中求用”精神，使本教材简洁、务实，可读性强，可操作性强。

<<商品学实务 《第二版》 >>

书籍目录

第一章 商品学研究的对象、内容和任务 第一节 商品学的研究对象和内容 第二节 商品学研究的任务和方法 第三节 商品学的发展现状及趋势第二章 商品分类 第一节 商品分类概述 第二节 商品编码 第三节 商品目录和主要的商品分类体系第三章 食品商品 第一节 食品商品概述 第二节 食品商品的质量要求 第三节 食品商品的主要品种第四章 纺织品和服装商品 第一节 纺织纤维 第二节 纺织品 第三节 服装第五章 日用工业品商品 第一节 日用工业品概述 第二节 日用化学品的主要品种及质量要求 第三节 塑料的品种及质量要求 第四节 家用电器的主要品种及质量要求第六章 商品质量和品种 第一节 商品质量的重要性 第二节 商品质量的要求 第三节 影响商品质量的因素 第四节 商品质量管理 第五节 商品品种第七章 商品标准 第一节 商品标准概述 第二节 商品标准化第八章 商品包装 第一节 商品包装概述 第二节 商品包装标志 第三节 商标第九章 商品检验 第一节 商品检验概述 第二节 商品抽样 第三节 商品检验的方法 第四节 商品品级第十章 商品质量监督与商品质量认证 第一节 商品质量监督 第二节 商品质量认证第十一章 商品储运与养护 第一节 商品储存 第二节 商品运输 第三节 商品养护参考文献

章节摘录

小分类是从中分类中进一步细分出来的类别。

主要分类标准有：按功能用途划分，如畜产品大分类中的猪肉中分类下，进一步细分出排骨、里脊等小分类；按规格包装划分，如一般食品大分类中的饮料中分类下，进一步细分出盒装饮料、瓶装饮料、听装饮料等小分类；按商品口味划分，如糖果饼干大分类中的饼干中分类下，进一步细分出甜味饼干、咸味饼干、奶油饼干等小分类。

单品是商品分类中不能进一步细分的、完整独立的商品品项，如猪肉可细分为肉丝、肉块、肉丁、肉馅等，每一品种又依质量细分为500克、300克和200克等不同包装等。

（二）商品分类的意义 商品分类是将各种商品在商品生产与交换中实现科学化、系统化管理的重要手段，通过科学的方法对商品进行条理化、系统化分类，有利于实现商品使用的合理化和流通管理的现代化。

对发展生产，促进流通，满足消费，提高管理水平和企业效益等有着重要作用。

1.商品分类为国民经济各部门实施各项管理活动奠定了科学基础 国民经济各部门如计划、统计、物价、贸易等部门的日常管理工作及国民经济状况的分析都是建立在商品分类基础上的。

2.商品分类有助于企业生产、经营管理活动的进行 通过商品分类，企业可以根据市场需要组织生产；有利于掌握生产和销售的基本情况；有利于商品计划、统计、会计核算等工作的顺利进行；有利于深入分析商品质量的变化规律，为提高商品质量和合理使用、储存与运输商品创造条件；有利于推进标准化管理；是实行企业现代化管理的前提。

3.商品分类为促进行业发展决策提供依据 通过商品分类，可以了解消费需求的结构及变化趋势，为产业政策的制定、行业与市场相关信息的提供以及制定行业标准和规范提供依据。

4.商品分类便于消费者和用户选购商品 通过科学地商品分类和编制商品目录，可以根据消费需求有序地组织市场供给，方便消费者和用户选购和消费。

二、商品分类的基本原则 进行商品分类时，首先应明确分类的商品集合体所包括的范围；其次必须提出商品分类的明确目的；最后必须选择适当的分类标志。

为了实现商品的科学分类，使商品分类能够满足特定的需要，应遵循以下原则：（一）科学性原则 科学性是分类的基本前提，是指商品在分类中所选择的标志必须能反映商品的本质特征并具有明显的区别功能和稳定性，以满足分类的客观要求，发挥分类的作用。

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>