

<<连锁商业营销与管理>>

图书基本信息

书名：<<连锁商业营销与管理>>

13位ISBN编号：9787810827065

10位ISBN编号：7810827065

出版时间：2006-7

出版时间：清华大学出版社

作者：唐树伶

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>

## <<连锁商业营销与管理>>

### 内容概要

《连锁商业营销与管理》主要介绍连锁商业经营概述、连锁商业经营所采取的战略及策略、连锁商业的各项管理及控制等内容。

主要从营销和管理角度探讨和研究连锁商业企业模式及其发展问题。

《连锁商业营销与管理》的特色主要在于：系统性、实用性、可操作性、时效性等方面。

《连锁商业营销与管理》力争做到知识全面系统、针对性强，所采用的资料新颖有趣，语言简洁、生动而又通俗易懂。

既可作为高职高专院校、成人高等院校市场营销专业、工商管理等专业的学生用书，还可以作为连锁商业企业有关人员的培训、自学用书，也可以作为有关研究人士的参考读物。

## <<连锁商业营销与管理>>

### 书籍目录

第1章 连锁商业经营概述学习目标案例导入1.1 连锁经营的实质与特征1.2 连锁经营的原则及优劣评估1.3 连锁经营的基本模式1.4 连锁经营的发展趋势补充阅读材料本章小结主要概念 基本训练观念应用  
第2章 连锁商业营销环境及市场战略学习目标案例导入2.1 连锁商业环境分析2.2 连锁商业消费者购买行为分析2.3 连锁商业的市场战略补充阅读材料本章小结主要概念 基本训练观念应用  
第3章 连锁商业的竞争及创新战略学习目标案例导入3.1 连锁商业竞争力分析3.2 我国连锁商业应对竞争的策略3.3 创新的内涵及特征3.4 创新的内容补充阅读材料本章小结主要概念 基本训练观念应用  
第4章 连锁经营的开发策略学习目标案例导入4.1 市场调查与连锁店开发4.2 商圈分析与设定4.3 选址的原则与程序4.4 连锁店开业与布局补充阅读材料本章小结主要概念 基本训练观念应用  
第5章 连锁商业形象营销策略第6章 连锁商业商品管理第7章 连锁商业价格管理第8章 连锁商业促销管理第9章 连锁商业物流配送管理第10章 连锁商业的内部管理第11章 连锁商业管理活动控制与考核参考文献

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>