

<<美容企业管理与营销>>

图书基本信息

书名：<<美容企业管理与营销>>

13位ISBN编号：9787122035394

10位ISBN编号：7122035395

出版时间：2009-1

出版时间：刘卉 化学工业出版社 (2009-01出版)

作者：刘卉 编

页数：186

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>

<<美容企业管理与营销>>

前言

我国的美容业起步于20世纪80年代末，当时大多是几平米的小店，但发展迅速，近年来美容业一直保持15%左右的快速增长。

目前中国美容业的产值超过1800亿元，有几百万家从事美容美发服务的企业，从业人员1600万人，已形成了以美发、医疗美容、保健美容、形象设计、美容教育、专业美容仪器与产品研发、生产、销售等为主体的综合性产业，并越来越多地深入人民大众生活之中，成为当今社会不可或缺的现代新型第三产业，加上上游配套产业，中国的美容业在国民经济中占有重要的地位。

不过与发达国家相比，我国人均美容消费的水平还很低，还有巨大的增长空间，预计到2010年，我国的美容业产值将超过3000亿元。

美容业虽然有极好的市场前景，但我们也应该看到美容业是一个比较特殊的行业，因为这个行业需要的知识涉及现代医学、传统医学、化学、毒理学、心理学、美学、市场学及管理学等领域。

而且美容业虽然快速发展，但还没有成熟的行业规范。

由于市场需求巨大，又缺乏行业标准和规范，美容市场确实存在一些问题，这些问题已严重影响美容业的社会形象，制约着美容业的发展。

所以美容业需要大量高素质的从业人员，加之国家大力提倡高等职业教育，基于这一契机，目前国内开设形象设计或美容管理方面专业的高职院校越来越多，但适合高职院校的美容企业管理方面的教材并不多见，这也是本书的编写初衷。

<<美容企业管理与营销>>

内容概要

本书从美容企业管理的实际工作出发，按照企业从建立到经营管理到文化建设的主线进行编写，根据美容企业的经营规模，将企业分为小型工作室和综合性沙龙两大类型进行分别介绍，主要内容有美容企业的创立、企业战略、市场营销策划、综合性沙龙人力资源管理、质量管理、财务管理、企业形象与企业文化等内容。

根据职业教育特点和培养对象的实际工作需求，本书在编写的过程中抛弃了大量的管理学理论的介绍，结合美容企业的实际运营，重点介绍操作实例。

力争使读者可以按图索骥似地在书中寻找到工作方法，对实际工作起到指导作用。

本书可作为高职高专形象设计专业、美容企业管理专业的专业教材，也可以作为形象设计人员、美容企业管理人员及业余爱好者的参考书。

<<美容企业管理与营销>>

书籍目录

第一章 美容企业的创立第一节 企业概述第二节 可行性分析第三节 企业创立复习思考题第二章 企业战略第一节 企业战略概述第二节 企业总体战略规划和经营战略规划复习思考题第三章 市场营销策划第一节 市场营销策划的基本策略第二节 市场营销策划的步骤复习思考题第四章 综合性沙龙人力资源管理第一节 员工必备的素质与从业能力第二节 人力资源的合理配置第三节 人力资源的培训与开发第四节 人力资源的绩效考评第五节 减少美容企业员工流失的策略复习思考题第五章 美容企业质量管理第一节 美容企业质量与质量管理第二节 综合性沙龙质量管理体系建立与改进第三节 综合性沙龙常用质量管理方法第四节 顾客管理及顾客满意度复习思考题第六章 财务管理第一节 财务管理概述第二节 财务管理的方式第三节 财务报表阅读与分析复习思考题第七章 企业形象与企业文化第一节 企业形象策略第二节 企业文化建设第三节 变革与创新复习思考题附录一 资金时间价值表附录二 理发店、美容店卫生标准附录三 中华人民共和国合同法参考文献

章节摘录

第一章 美容企业的创立第一节 企业概述企业是指依法成立并具备一定组织形式，以营利为目的独立从事商品生产经营活动和商业服务的经济组织。

企业一词，源于英语中的“enterprise”，并由日本人将其翻译成汉字词语，而传入中国。

Enterprise原意是企图冒险从事某项事业，且具有持续经营的意思，后来引申为经营组织或经营体。

从本源意义上讲，企业与法人、公司等概念不同，它并非严格意义上的法律概念，而是一个经济学的范畴，表示一种作为客观事实的社会现象，一种相对独立且持续存在的各生产要素相结合的组织体。

我们从经济学角度把握企业的概念，可以把企业视为在投入和产出之间进行转换的组织。

企业是一个生产单位，它设立的目的是为了实现利润的最大化：其功能是把土地、劳动、资本等生产要素进行投入并转化为一定的产出。

企业的特征主要有三个方面：从企业存在的社会性质和功能的角度来看，企业是独立从事商品生产经营活动和商业服务的经济组织；从企业的生存和发展的目的来看，企业以盈利为其活动宗旨；

从企业存在的法律条件来看，企业必须依法成立并具备一定的法律形式。

就企业的本质而言，它属于追求盈利的营利性组织。

企业的基本职能就是从事生产、流通和服务等经济活动，向社会提供产品与服务，以满足社会需要。

工业企业的基本职能：通过工业性生产活动，即利用科学技术与设备，改变原材料的形状与性能，为社会生产所需要的产品。

商业企业的基本职能：通过商品实体转移或价值交换，为社会提供所需产品或服务。

<<美容企业管理与营销>>

编辑推荐

《美容企业管理与营销》可作为高职高专形象设计专业、美容企业管理专业的专业教材，也可以作为形象设计人员、美容企业管理人员及业余爱好者的参考书。

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>