

<<零售管理>>

内容概要

本书以战略方法和零售战略的观点为基础。

在战略方法的框架中，阐述了零售商如何适应错综复杂、不断变化的环境并做出相应规划。

在此过程中，还说明了零售商应该同时考虑的机遇和制约因素。

在零售战略框架中对零售商的整体规划和行动提出了指导，概括出了零售商的使命、目标、消费者市场、整体和具体行动以及控制机制。

本书旨在培养一名优秀的不断适应变革需要的零售规划者和决策制定者。

本书适用于具有营销基本原理知识学生的零售学、零售管理课程。

作者简介

巴里·伯曼 工商管理博士，主修市场营销学和行为科学，是霍夫斯特拉大学沃尔特.H.米勒工商管理学院的杰出教授和市场营销与国际工商管理教授，同时还是霍夫斯特拉大学EMBA项目主管。

乔尔·R·埃文斯 工商管理博士，主修市场营销学和公共政策，是霍夫斯特拉大学R

<<零售管理>>

书籍目录

第 1 篇 战略零售管理概述 第 1 章 引言 零售业的构成 零售业的特征 制定和实施零售战略的重点性 塔吉特零售店：致力于瞄准目标和取胜的零售战略 零售理念 本书的重点与结构安排 本章小结 讨论题 基于网络的练习 第 2 章 构建和维持零售关系资源 价值和价值链 零售商关系资源 顾客关系 渠道关系 产品零售商和服务零售商在关系资源构建上的差异 技术与零售业中的关系资源 电子银行 顾客和供应商的交往 道德表现与零售业中的关系 道德观 社会责任 用户至上主义 本章小结 讨论题 基于网络的练习 第 3 章 零售业中的战略规划 情境分析 组织使命 所有制管理模式选择 产品/服务范畴 个人能力 财务资源 时间要求 目标 销售客 利润 公众满意度 形象(定位) 目标选择 识别顾客特征和需求 整体战略 可控变量 不可控变量 整体战略的整合 具体行动 控制 反馈 本章小结 讨论题 基于网络的练习 第 2 篇 微型案例 第 3 篇 综合案例 第 4 篇 情境分析 第 4 章 按所有权划分的零售机构 第 5 章 按店铺零售战略组合划分的零售机构 第 6 章 网络零售、无店铺零售和其他非传统零售形式 第 7 篇 微型案例 第 8 篇 综合案例 第 9 篇 确定目标顾客和收集信息 第 7 章 识别和了解消费者 第 8 章 零售业的信息搜索与处理 第 9 篇 微型案例 第 10 篇 综合案例 第 11 篇 店址选择 第 9 章 商圈分析 第 10 章 店址选择 第 11 篇 微型案例 第 12 篇 综合案例 第 13 篇 零售企业管理 第 11 章 零售业组织和人力资源管理 第 12 章 运营管理：财务环节 第 13 章 运营管理：业务环节 第 14 篇 微型案例 第 15 篇 综合案例 第 16 篇 总体融合 第 14 章 制定商品计划 第 15 章 执行商品计划 第 16 章 商品的财务管理 第 17 章 零售定价 第 18 篇 微型案例 第 19 篇 综合案例 第 20 篇 与顾客沟通交流 第 18 章 创建并维护零售店形象 第 19 章 促销策略 第 20 篇 微型案例 第 21 篇 综合案例 第 22 篇 总体融合 第 20 章 零售战略的整合与控制 第 23 篇 微型案例 第 24 篇 综合案例 术语表

编辑推荐

《零售管理：战略方法（第9版）》以战略决策为导向，配有大量直观的流程图、数据、表格和图片；全面涵盖了零售经营的主题；注重实际方法和当前问题的探讨。

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>