

<< 《管理学》学习辅导与习题集 >>

图书基本信息

书名：<< 《管理学》学习辅导与习题集 >>

13位ISBN编号：9787811354089

10位ISBN编号：781135408X

出版时间：2009-11

出版时间：暨南大学出版社

作者：陈又星，王爱林 主编

页数：142

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>

## << 《管理学》学习辅导与习题集 >>

### 内容概要

本书是专门为《管理学》学习配套的学习辅导与习题集。

本书共十二章，主要内容包括管理学基础、管理理论的形成与发展、管理与环境、决策、计划、战略管理、组织设计、人力资源管理、领导、激励、沟通和控制等，并配有一套综合测试题。

每一章的内容由四个部分组成：知识要点、重点与难点、练习题、练习题参考答案。

对于这些内容的介绍尽可能做到重点突出、练习具有针对性，使学生尽快掌握《管理学》的基本理论知识要点并能综合运用。

书籍目录

第一章 管理学基础第二章 管理理论的形成与发展第三章 管理与环境第四章 决策第五章 计划第六章 战略管理第七章 组织设计第八章 人力资源管理第九章 领导第十章 激励第十一章 沟通第十二章 控制

## 章节摘录

(六) 案例分析题 Curves 是一家总部在得克萨斯州的女子健身公司。

自1995年开始实行连锁经营以来, curves就像野火一样迅速蔓延, 营业网点超过6000个, 拥有会员200多万, 总收入超过了10亿美元。

平均每4个小时就有一间 Curves 健身中心新开张。

而且, 客户群的快速扩张是通过亲朋好友推荐实现的。

然而, 最初 Curves 却被认为进入了一个过度饱和的市场, 它提供的服务是顾客不想要的, 它的竞争力也非常差。

但事实上, Curves 导致了美国健身市场需求的爆发, 开启了一个全新的巨大市场, 一个拥有大量想通过健身保持身材却总是失败的女性的“蓝海市场”。

Curves 充分发挥了美国健身行业中两个战略类别(传统的健身俱乐部和家庭锻炼计划)的优势, 消除或降低了其他因素的影响。

一方面, 美国健身业中充满了传统的健身俱乐部, 它不分男女, 有全套锻炼和运动项目可供选择, 而且通常都开设在消费层次较高的市区。

它们用时髦的器械吸引高端的客户群。

它们拥有一整套的有氧运动、力量练习器械、饮料吧、健身教练, 以及封闭的淋浴间和桑拿房, 它们的目的是让顾客除了可以在这里进行锻炼外, 还可以进行一些社交活动。

顾客们费力地穿越城区到达健身俱乐部后, 都会在那里待上至少一个小时, 通常都在两个小时左右。

会员费通常都是100美元/月, 这可不便宜, 因为它们要使客户群保持在高端和小规模的水平。

这些俱乐部的会员只占到全部人口的12%, 通常集中于大城市区域。

投资开设一间这样的健身俱乐部需要50万到100多万美元。

另一方面, 美国健身行业中也包括那些家庭健身计划, 比如讲授锻炼的录像、书籍和杂志。

这些方式的成本很低, 在家里使用, 而且一般都不需要或只需要很少的器械帮助。

健身指导很少, 以录像、书籍和杂志上体育明星的示范和讲解为主。

问题是, 什么是影响女性在传统健身俱乐部和家庭健身计划之间进行转换的关键因素?

大多数女性不会为了享受充足的器械、饮料吧、封闭的桑拿房、游泳池、碰到男性的机会而选择健身俱乐部。

一名非职业运动员的普通女性甚至不希望在她锻炼的时候碰到男性, 因为不想让他看到她身上的赘肉。

她也不想排在男性后面使用那些器械, 因为她不得不调整重量或角度。

从时间的角度来说, 时间对于普通女性的影响越来越重要, 很少人可以每周花几个小时在健身俱乐部。

而且对大多数的女性而言, 市区内的交通也是一个问题, 这使得她们失去了健身的兴趣。

事实证明, 大多数女性选择健身俱乐部的主要原因只有一个, 那就是当她们在家锻炼的时候, 很容易就会放松对自己的要求; 和别人一起锻炼, 而不是一个人, 更容易激励人的兴趣。

相反, 那些选择在家一个人锻炼的, 主要考虑的则是省时、成本低和私密性好。

编辑推荐

《学习辅导与习题集》是由暨南大学出版社出版的。

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>