

<<连锁企业信息管理系统>>

图书基本信息

书名：<<连锁企业信息管理系统>>

13位ISBN编号：9787030345479

10位ISBN编号：7030345479

出版时间：2009-3

出版时间：科学出版社

作者：寇长华，曾琢 主编

页数：223

字数：355600

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>

<<连锁企业信息管理系统>>

内容概要

作为连锁经营管理专业的核心教材之一，本书在介绍连锁企业信息管理系统的概念与特点、类型与模式等知识和概念的基础上，系统阐述了连锁企业的总部信息管理系统、物流信息系统以及门店信息系统等连锁企业实际运营中所需的信息管理知识。

本书在讲授理论知识的同时，注重对其实际应用能力的培养和岗位技能的训练，运用大量实例说明连锁企业信息系统的管理及使用方法，便于学生在实际工作中应用。

本书内容浅显易懂，专业知识新颖、系统和实用，在介绍基础理论的同时，插入了大量紧扣理论和实际的企业案例，有助于教师的教学和学生的学习。

本书可作为高职高专院校连锁经营管理专业及其他经管类专业的教材，也可作为连锁企业经营与管理的学习参考书和企业的培训教材。

<<连锁企业信息管理系统>>

书籍目录

第1章 连锁企业信息管理概述

- 1.1 信息管理基础
 - 1.1.1 信息概述
 - 1.1.2 企业市场信息及其功能
 - 1.1.3 市场信息收集的渠道
- 1.2 信息系统
 - 1.2.1 系统的基本概念
 - 1.2.2 信息系统的概念
 - 1.2.3 企业营销信息系统的构成
- 1.3 信息管理
 - 1.3.1 信息管理的概念
 - 1.3.2 信息管理的目标和任务
 - 1.3.3 信息管理的发展过程
- 1.4 连锁经营企业信息管理的内容
 - 1.4.1 企业市场营销信息系统的基本构成
 - 1.4.2 营销信息管理系统的开发与应用
 - 1.4.3 连锁企业信息管理系统

小结与思考

案例分析

第2章 连锁企业信息管理系统开发

- 2.1 连锁企业信息管理系统开发方式
 - 2.1.1 自主开发信息系统
 - 2.1.2 购买成品软件建设系统平台
 - 2.1.3 合作开发
- 2.2 连锁企业信息系统的开发方法
 - 2.2.1 生命周期法
 - 2.2.2 原型法
 - 2.2.3 连锁企业信息系统的分析与设计

.....

第3章 连锁企业信息管理系统

第4章 连锁企业前台销售及其管理

第5章 连锁企业后台管理业务流程

第6章 连锁企业后台决策与网络支持管理

第7章 商品编码技术

第8章 电子商务简介

参考文献

<<连锁企业信息管理系统>>

章节摘录

版权页：插图：（1）程序的编制与调试 一般按照结构化程序的设计思想，自上而下地按逐个模块进行编程工作。

如果系统分析与系统设计工作做得较好，即可根据逻辑模型及有关资料编写出相应的程序模块，在编制中要特别注意各个模块的接口。

编程完成后，就可以进行调试，可以用虚拟数据，也可以用真实数据进行测试。

在调试的过程中，需要对部分程序进行修改，使之更加完善。

（2）编写说明书 程序调试完毕后，就要编写说明书。

说明书包括系统技术说明书和使用说明书。

系统技术说明书要说明系统的目标功能原理，并附以系统分析、系统设计资料及程序设计框图和程序清单，形成一套十分完整的系统技术资料。

使用说明书是指导操作者正确使用和运行市场信息系统的。

它不必介绍设计的原理，但要介绍如何进行操作、启动系统、输入、输出、数据查询、终止系统运行等问题。

（3）系统的转换 系统的转换是指从原有的人工管理系统到计算机系统的转换。

新系统研制通过后，并不能立即投入运行，还存在着新老系统交替的问题。

平稳而又可靠地实现人工系统与计算机系统的交接，是系统转换的任务。

（4）系统的验收 系统转换完成之后，全部系统开发阶段的任务即告完成。

经过一段时间的试运行，用户要对整个市场信息系统进行正式验收。

系统的验收是系统开发人员向用户的正式移交，是用户对新系统的认可。

系统验收应依据原定的各项系统目标进行评价，只要用户确认，就可以进行验收，使系统投入正常的运行。

1.4.3 连锁企业信息管理系统 1.商业连锁企业及构成 商业连锁企业不同于单店企业、多店企业，在概念上具有四个鲜明的一致性，即经营理念、企业形象、商品组合服务和经营管理。

其最大优点在于能取得大规模经营的经济效益，并能在较短时间内通过资金统筹、组织扩展等方式使连锁企业迅速发展，有利于社会资源的优化配置。

连锁企业由总部、门店和配送中心构成。

总部是连锁经营管理的核心，主要具备以下功能：采购、配送、财务管理、质量管理、经营指导、市场调研、商品开发、促销策划和教育培训等。

门店是连锁店的基础，主要职责是按照总部的指导和服务规范要求，承担日常销售业务。

配送中心是连锁企业的物流机构，承担着各门店所需商品的进货、库存、分货、加工、集配、运输、送货等任务。

配送中心可以是社会化的，也可以是企业自营的。

连锁企业自营的配送中心主要为本连锁企业服务，也可面向社会提供服务。

<<连锁企业信息管理系统>>

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>