

<<美容业经营管理学>>

图书基本信息

书名：<<美容业经营管理学>>

13位ISBN编号：9787117128193

10位ISBN编号：7117128194

出版时间：2010-6

出版单位：人民卫生

作者：梁娟 编

页数：173

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>

<<美容业经营管理学>>

内容概要

本教材根据高职高专教育发展的客观实际，依据医学美容技术专业的教学计划和教学大纲编写而成，供医学美容技术专业使用，也可作为从事美容行业相关人员的参考用书。

书中以美容企业经营管理为主线，融市场营销学、企业管理学、法学、社会学等相关知识为一体，结合现代企业经营管理的客观实际，研究和探讨市场经济条件下，以消费者需求为中心的美容企业经营管理的特點、策略和方法。

旨在让学生通过学习，了解国内外美容行业的总体发展概况和发展趋势，根据美容市场发展变化设计合理的经营范围和服务项目。

全书共八章，包括概论、美容业人力资源管理、美容业财务管理、现代美容院经营与管理、美容业市场营销、美容企业文化与企业形象、美容业职业道德与修养、美容业危机管理及法律法规。

本书坚持理论联系实际的原则，力求内容新颖、结构严谨、重点突出、特色鲜明，以培养学生的服务意识、竞争意识、创新意识、质量意识、法律意识及良好的职业道德理念。

为了增加教材的灵活性和趣味性，书中穿插了相关的知识链接、知识拓展和案例分析，每章节后附有课堂互动。

<<美容业经营管理学>>

书籍目录

第一章 概论 第一节 美容业概述 一、美容业的特点 二、美容企业的分类 三、美容业的作用 第二节 美容企业经营管理的理论基础 一、企业经营管理的职能 二、美容企业经营战略 第三节 生活美容与医学美容 一、生活美容 二、医学美容 三、生活美容与医学美容的区别 第四节 我国美容业的发展概况 一、美容“专业线”市场状况 二、我国美容业潜在的问题 三、我国美容业的发展趋势

第二章 美容业人力资源管理 第一节 人力资源概述 一、美容业人力资源管理的目标和职能 二、美容业人力资源管理的基本要求 三、美容业人力资源管理模式 第二节 美容业人力资源规划 一、美容业人力资源规划程序 二、美容业人力资源规划内容 第三节 美容业人力资源管理策略 一、美容业人力资源管理体制 二、美容业健全的沟通网络 三、美容企业员工招聘与培训 四、美容业绩效考核与薪酬管理 第四节 美容院员工管理 一、美容院日常管理制度 二、美容院员工管理策略

第三章 美容业财务管理 第一节 财务管理概述 一、财务管理的涵义 二、美容业财务管理原则 三、企业现金流的规律 第二节 美容企业财务管理内容 一、美容企业资金筹集管理 二、美容企业投资管理 三、美容企业成本费用管理 四、美容企业利润与分配管理 五、美容企业利润表与附表阅读分析 第三节 美容业财务分析与评价 一、财务分析的涵义 二、美容企业营运能力分析 三、美容企业盈利能力分析与评价 四、美容企业偿债能力分析 五、美容企业发展能力分析 第四章 现代美容院经营与管理 第一节 美容院概述 一、美容院的类型 二、美容院的“专业性”服务 三、美容院经营中存在的问题 第二节 美容院的创办 一、美容院开业前企划 二、美容院市场调查和选址 三、美容院整体形象设计 四、美容院经营项目的选择 第三节 美容院经营策略 一、美容院品质经营 二、美容院心理经营 三、美容院营销策略 四、美容院战略管理 第四节 美容院连锁经营 一、美容院连锁经营类型 二、美容院连锁经营策略 三、美容院连锁经营战略 第五节 美容院卫生管理 一、个人卫生 二、美容院卫生

第五章 美容业市场营销 第一节 市场营销概述 一、市场营销的涵义 二、美容市场营销环境 三、美容市场营销新趋势 第二节 美容业目标市场营销 一、美容市场细分 二、美容企业目标市场定位 第三节 美容产品策略 一、美容产品特征 二、美容产品生命周期 第四节 美容业分销渠道策略 一、分销渠道类型 二、分销渠道设计 第五节 美容产品价格策略 一、美容产品定价 二、美容产品定价技巧与策略 第六节 美容产品促销策略 一、促销组合 二、人员推销 三、广告策略 四、销售促进策略

第六章 美容企业文化与企业形象 第一节 美容企业文化 一、企业文化的内涵 二、美容企业文化建设 第二节 美容业的企业形象 一、企业形象的内涵 二、美容企业形象设计

第七章 美容业职业道德与素质修养 第一节 美容业职业道德 一、职业道德概述 二、职业道德基本规范 三、美容业职业道德规范 第二节 美容业素质修养 一、美容业素质修养的内容 二、员工素质修养的培养方法

第八章 美容业危机管理与法律法规 第一节 美容业危机管理 一、危机处理原则与程序 二、美容业应对危机的方法 三、美容业危机预案的制订 四、美容业顾客投诉管理 第二节 美容业相关法律法规 一、《美容美发业管理暂行办法》 二、《民法通则》 三、《合同法》 四、《劳动法》 五、《产品质量法》 六、《消费者权益保护法》

附录一 主要参考书目 附录二 《美容业经营与管理》教学大纲

章节摘录

插图：美容是一种对人内外形象进行修饰、美化的技术和艺术的泛称，在宏观上包括美学、文学、医学、营养学、色彩学、化学、物理学、心理学等各类专业知识；在微观上包括化妆、护理、整形、保健、发型、服饰、礼仪等技术。

美容业包括美容产品、美容服务、美容职业培训三大板块。

在国民经济中，凡是专门从事美容产品销售和服务，提供各项美容服务项目和设备，直接为消费者服务的企业，称为美容企业。

美容企业作为满足社会需求进行自主经营、独立核算获取利润，并有法人资格的经济单位，应同时具备以下五个基本条件：1.法人地位国家在法律上承认企业在经营上的独立性，保护企业的正当权利和经济利益，同时也要求企业对自身经济活动的正当性和后果负责。

法人地位是社会主义市场经济条件下参与市场竞争的基本条件，对于调动经营积极性，扩大自主权，建立现代美容企业制度有着十分重要的作用。

美容企业应向行政管理机关申请登记，经该机关以及卫生防疫、消防、税务等部门审查批准，才能取得行业经营执照，成为合法的经济组织。

2.独立经营只有具备经营独立和自主经营权，美容企业才能根据市场变化情况选择灵活多样的经营方式，并进行自我改造和自我发展，在国家政策允许范围内确定经营范围和服务价格，发挥经济实体的作用，增强市场竞争能力，更好地为消费者服务。

3.物质保证拥有一定的生产资料、资金和劳动力，并享有其支配权和使用权，是美容企业作为独立经营活动的必要条件，也是实现美容企业独立经营的物质保证。

<<美容业经营管理学>>

编辑推荐

《美容业经营管理学(供医学美容技术专业用)》：全国中医药高职高专院校教材,卫生部“十一五”规划教材,全国高等医药教材建设研究会规划教材

<<美容业经营管理学>>

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>