

<<零售营销>>

图书基本信息

书名：<<零售营销>>

13位ISBN编号：9787301132838

10位ISBN编号：7301132832

出版时间：2008-1

出版时间：北京大学

作者：陈章旺

页数：292

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>

<<零售营销>>

内容概要

本书以实用为向导，全面系统地介绍了零售营销的基础知识；深入论述了零售选址、采购、自有品牌、定价、促销、购物环境、服务等零售营销组合理论；专题研讨了百货、超市、便利店、购物中心等几种主要零售业态的营销策略；对近年来被较多采用的零售营销新方法，如关系营销、体验营销和色彩营销等进行系统的挖掘；对零售营销新领域如零售国际化、B2C电子商务等作了详细的阐述。作者在论述中加入了丰富的国内外企业案例，更易于读者学习与理解，是一本不可多得的具有实际操作意义的教材和自修读物。

本书可为市场营销专业的本专科学生及研究生使用，亦可作为各类零售企业在日常经营管理过程中的业务及管理人员的培训教材。

作者简介

陈章旺：男，福建省周宁县人。

现任福州大学管理学院副教授、企业管理专业硕士生导师，兼任中国管理学会市场营销专业委员会委员、全国营销职业资格培训认证委员会专家组成员、福建省城市经济研究会常务理事、福建省价格协会常务理事等。

主要从事零售营销管理、流通经济、品牌管理等方面的研究，在整合营销传播、零售和品牌管理等方面有着丰富的实战经验。

曾为省内外40多家企业设计过整合营销传播计划。

已在《商业时代》、《商业研究》、《现代商业》、《商场现代化》等国内核心刊物发表论文近30余篇。

<<零售营销>>

书籍目录

第1章 零售营销基础 1.1 零售营销的基本概念 1.1.1 零售及零售的主要活动 1.1.2 零售业与零售业态 1.1.3 零售营销与零售营销组合 1.1.4 零售营销新方法 1.1.5 零售营销新领域 1.2 零售业的历史及在我国的发展趋势 1.2.1 零售商业的四次革命 1.2.2 我国零售业现状及发展趋势 1.3 零售业态变革规律 1.3.1 零售轮转理论(Wheel of Retailing) 1.3.2 手风琴理论(Retail Accordion) 1.3.3 零售业态生命周期理论 1.4 思考题 参考文献第2章 零售选址决策 2.1 选址理论分析 2.1.1 商圈分析及其相关概念 2.1.2 商圈分析理论 2.2 商店位置类型 2.2.1 商店位置的类型 2.2.2 商店类型与位置条件的匹配 2.3 零售选址策略 2.3.1 影响选址的主要因素 2.3.2 商店选址策略分析 2.4. 思考题 参考文献第3章 零售采购决策 3.1 采购的功能 3.1.1 商品采购的含义 3.1.2 商品采购模式 3.1.3 集中采购模式下采购的功能分析 3.2 零售采购决策 3.2.1 采购品项决策 3.2.2 商品采购的价格决策 3.2.3 商品采购的总流程 3.3 零售采购全过程管理 3.3.1 建立相应的商品采购机构 3.3.2 制订商品经营目录 3.3.3 合理选择采购渠道 3.3.4 购货洽谈、签订合同 3.3.5 商品检验、验收 3.4 思考题 参考文献第4章 零售自有品牌决策 4.1 自有品牌的基本概念及发展历史 4.1.1 自有品牌的基本概念 4.1.2 零售企业自有品牌的内涵 4.1.3 零售企业自有品牌的分类 4.1.4 自有品牌的发展历史及现状 4.2 零售企业实施自有品牌战略的意义和风险 4.2.1 零售企业实施自有品牌战略的意义 4.2.2 零售企业实施自有品牌战略存在的风险 4.3 零售企业如何实施自有品牌战略 4.3.1 实施自有品牌战略的条件 4.3.2 零售企业实施自有品牌战略应注意的问题 4.4 我国零售企业自有品牌发展现状及对策 4.4.1 我国零售企业自有品牌发展现状 4.4.2 我国零售企业自有品牌战略实施的基本思路 4.5 思考题 参考文献第5章 零售定价决策 5.1 零售定价决策的影响因素与内容 5.1.1 零售定价决策的交互式影响因素 5.1.2 零售定价决策的内容第6章 零售促销决策第7章 零售购物环境决策第8章 零售服务决策第9章 百货店营销第10章 超市营销第11章 便利店营销第12章 购物中心营销第13章 零售业关系营销第14章 零售业体验营销第15章 零售业色彩营销第16章 零售业国际化第17章 B2C电子商务模式附 实战的观点——陈章旺接受新闻媒体访谈录

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>