

<<现代计算机技术在商场管理中的应用>>

图书基本信息

书名：<<现代计算机技术在商场管理中的应用>>

13位ISBN编号：9787302035466

10位ISBN编号：7302035466

出版时间：1999-06

出版时间：清华大学出版社

作者：鲍居武

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>

## 内容概要

### 内容提要

科技兴商是现代商业企业的根本出路，其中，建设商业自动化系统是现代化商业企业实现科技兴商的核心。

为了推动我国商业自动化系统的建设发展，我们特撰写了本书，试图给读者一个全面的商业自动化和现代商业管理的概念。

本书全面地阐述了现代商业企业的经营定位和管理策略；系统地介绍了商业自动化系统的基本内容；详细地论述了商业自动化系统建设的各个环节，如网络结构、设计目标、设计原则、基本功能、软件开发方法、项目的组织实施以及综合评价方法等；并给出了典型实例，进一步阐述了商业自动化系统的建设方法和运作规范。

本书重点突出，实用性强，有理论，有技术，有实践，由浅入深，内容系统、完整、先进。

本书既可作为商业企业干部职工的培训教材，也可作为广大商业自动化技术工程人员与大中专院校相关专业师生的重要参考书。

书籍目录

目录

第1章 商业发展概述

1.1 商业的演变

1.1.1 百货商店：商业的第一次革命

1.1.2 连锁商店：商业的第二次革命

1.1.3 超级市场：商业的第三次革命

1.1.4 无店铺销售：商业的第四次革命

1.2 商业的经营定位

1.2.1 功能定位

1.2.2 业态定位

1.2.3 战略定位

1.2.4 管理定位

1.3 商业的发展趋势

1.3.1 商业的总体发展趋势

1.3.2 发达国家商业的10大发展趋势

第2章 各种商业业态运作分析

2.1 百货商店

2.1.1 定义

2.1.2 运作

2.2 超级市场

2.2.1 定义

2.2.2 国内超级市场的产生与发展

2.2.3 运作

2.3 专业商店

2.3.1 定义

2.3.2 专业店的产生与发展

2.3.3 运作

2.4 连锁商店

2.4.1 定义

2.4.2 连锁商店在国内的发展

2.4.3 运作

2.5 仓储式商店

2.6 其他商业业态

2.6.1 购物中心

2.6.2 方便商店

2.6.3 样本展销零售商店

2.6.4 折扣商店

2.6.5 杂货店

2.6.6 非店铺销售零售企业形式

第3章 商场创业策划

3.1 商业圈分析

3.1.1 商业圈的定义及其意义

3.1.2 商业圈的分析

3.1.3 商业圈分析的内容与步骤

3.2 商业区域与店址分析

- 3.2.1商业区域分析
- 3.2.2店址应具备的条件
- 3.2.3商场不宜选址的区域
- 3.2.4店址分析选择
- 3.2.5店址评价
- 3.3商业业态决策
- 第4章 商品管理
- 4.1商品采购
- 4.1.1商品采购的定义与基本要求
- 4.1.2商品采购的原则
- 4.1.3采购管理的目标
- 4.1.4商品采购目录
- 4.1.5采购渠道选择
- 4.1.6滞销品淘汰
- 4.1.7新产品开发
- 4.1.8商品采购部的管理
- 4.1.9厂商管理
- 4.1.10采购管理制度
- 4.1.11商品验收
- 4.2商品组合、分类与编码
- 4.2.1商品组合原则
- 4.2.2商品分类标准
- 4.2.3商品编码原则
- 4.2.4商品编码的管理与维护
- 4.3商品管理
- 4.3.1商品盘点
- 4.3.2商品储存管理
- 4.4商品陈列原则与方法
- 4.4.1商品陈列的基本原则
- 4.4.2商品陈列的基本方法
- 4.4.3商品陈列的检查事项
- 第5章 价格管理
- 5.1制订价格的原则
- 5.1.1薄利多销原则
- 5.1.2物有所值原则
- 5.1.3适当利润原则
- 5.2制订价格的策略
- 5.3制订价格应考虑的主要因素
- 5.3.1顾客因素
- 5.3.2竞争者因素
- 5.3.3产品的市场寿命周期
- 5.3.4商场的经营策略
- 5.4零售订价方法
- 5.4.1成本加成订价法
- 5.4.2需求导向订价法
- 5.4.3竞争导向订价法
- 5.5制订价格的程序

- 5.5.1 选定价格目标
- 5.5.2 确定需求
- 5.5.3 估算成本
- 5.5.4 分析竞争者的价格行为
- 5.5.5 选择订价方法
- 5.5.6 选定最终价格
- 5.6 价格竞争策略
  - 5.6.1 商场主动发起价格变更
  - 5.6.2 市场参与者对价格变更的反应
  - 5.6.3 商场对价格变更的反应
- 5.7 毛利管理
  - 5.7.1 毛利额、毛利率及派生概念
  - 5.7.2 提高毛利的途径
  - 5.7.3 毛利目标模型的建立
- 5.8 商品的削价处理
- 5.9 商场价格管理
  - 5.9.1 商场价格管理的任务
  - 5.9.2 零售价格管理的方法
- 第6章 促销管理
  - 6.1 促销计划
    - 6.1.1 促销目的
    - 6.1.2 促销时期
    - 6.1.3 需求特征
    - 6.1.4 促销商品
    - 6.1.5 促销主题
    - 6.1.6 促销方式
    - 6.1.7 促销预算
    - 6.1.8 政策、法令与道德对促销的制约
  - 6.2 促销方式的运作策略
    - 6.2.1 特价
    - 6.2.2 折扣优惠
    - 6.2.3 奖励活动
    - 6.2.4 售点陈列和商品示范表演
    - 6.2.5 其他促销方式
  - 6.3 顾客管理
    - 6.3.1 顾客资料的收集
    - 6.3.2 顾客资料的基本项目
    - 6.3.3 顾客资料的整理与维护
    - 6.3.4 开展顾客活动的目的
    - 6.3.5 顾客活动的主要对象
    - 6.3.6 顾客活动的方式
  - 6.4 POP广告
    - 6.4.1 POP广告的种类及摆设位置
    - 6.4.2 制作POP应注意的事项
- 第7章 销售心理分析
  - 7.1 顾客心理分析
    - 7.1.1 观察阶段

- 7.1.2兴趣阶段
- 7.1.3联想阶段
- 7.1.4欲望阶段
- 7.1.5评价阶段
- 7.1.6信心阶段
- 7.1.7行动阶段
- 7.1.8感受阶段
- 7.2售货员心理分析
  - 7.2.1待机
  - 7.2.2接近顾客
  - 7.2.3商品展示
  - 7.2.4商品说明
  - 7.2.5诱导劝说
  - 7.2.6促进成交
  - 7.2.7办好成交手续
  - 7.2.8搞好售后服务
- 第8章 商业自动化概述
  - 8.1商业自动化的概念
  - 8.2商业自动化的组成、层次和特征
    - 8.2.1商业自动化的组成
    - 8.2.2商业自动化系统的层次
    - 8.2.3商业自动化的特征
    - 8.2.4商业自动化的重要意义
  - 8.3建设商业自动化系统的必要性
    - 8.3.1商业大环境和现实的需求
    - 8.3.2商业企业新的经济增长点
    - 8.3.3企业的具体实际的需求
  - 8.4现状分析
    - 8.4.1商业自动化国外现状
    - 8.4.2商业自动化国内现状
    - 8.4.3商业企业与商业自动化的发展趋势分析
  - 8.5建设商业自动化的环境与条件
    - 8.5.1商业自动化实施的有利条件
    - 8.5.2商业自动化实施的不利因素
    - 8.5.3实现商业自动化的前提条件
- 第9章 商业自动化系统综合评价方法
  - 9.1管理与运行机制
    - 9.1.1管理创新性
    - 9.1.2信息系统功能需求规范化
    - 9.1.3代码与产品分类编码解决方案
    - 9.1.4单品核算的应用技术
    - 9.1.5数据组织与数据模型完整性
  - 9.2支持环境
    - 9.2.1系统建设
    - 9.2.2商业软件开发商的选择
    - 9.2.3用户测度
  - 9.3实现功能

- 9.3.1商品流转数量管理
- 9.3.2商品流转数量、金额核算
- 9.3.3信息综合管理
- 9.3.4实现社会网络化
- 9.4应用效果
  - 9.4.1资源利用
  - 9.4.2效益测度
  - 9.4.3用户满意
  - 9.4.4管理变革
- 第10章 系统设计目标与原则
  - 10.1系统设计目标
  - 10.2系统设计原则
    - 10.2.1指导思想
    - 10.2.2从商业中来并为商业提供依据
    - 10.2.3实用性、先进性和经济性
    - 10.2.4可靠性及容错能力
    - 10.2.5易扩展性和灵活性
    - 10.2.6开放系统和标准化
    - 10.2.7全面规划、分布实施
    - 10.2.8系统设计方法
  - 10.3系统总体设计分析
    - 10.3.1系统总体设计概况
    - 10.3.2硬件系统设计分析
    - 10.3.3应用软件系统的设计特征
- 第11章 商业自动化系统的功能设计
  - 11.1系统特点
    - 11.1.1系统业务管理特点
    - 11.1.2系统技术特点
  - 11.2功能设计
    - 11.2.1物流部分
    - 11.2.2财务部分
    - 11.2.3工资人事部分
    - 11.2.4系统维护
- 第12章 商场自动化系统的软件开发
  - 12.1系统需求
    - 12.1.1需求的范围
    - 12.1.2基本原理和思想
    - 12.1.3主要问题领域
    - 12.1.4当前需求捕获与分析的方法
    - 12.1.5一般方法
    - 12.1.6需求清单
  - 12.2软件设计
    - 12.2.1软件设计的范围
    - 12.2.2基本规则和思想
    - 12.2.3设计方法
    - 12.2.4关于软件设计方法的问题
    - 12.2.5最新软件设计趋势

- 12.2.6 软件设计中的符号
- 12.2.7 目前所用的主要方法
- 12.2.8 新方法介绍
- 12.2.9 其他设计方法
- 12.2.10 设计清单
- 12.2.11 小结
- 12.3 测试
- 12.3.1 为什么要进行测试
- 12.3.2 测试的一些系统化途径
- 12.3.3 测试中的问题范围
- 12.3.4 测试技术
- 12.3.5 测试标准
- 12.3.6 何时停止测试
- 12.3.7 工具支持
- 12.3.8 倾向和影响
- 12.3.9 测试清单
- 12.3.10 小结
- 12.4 软件维护
- 12.4.1 简介
- 12.4.2 关于维护的几个问题
- 12.4.3 生命周期中的维护
- 12.4.5 软件配置
- 12.4.6 操作中的维护
- 12.4.7 改进中的维护
- 12.4.8 维护清单
- 12.4.9 小结
- 12.5 开发中应注意的几个问题
- 12.5.1 要提高企业的管理水平
- 12.5.2 内外结合, 共同开发
- 12.5.3 先总体规划后分步实施
- 12.5.4 必须实现信息的标准化
- 12.5.5 企业主要领导必须积极支持
- 12.5.6 注意加强各类人员的培训工作
- 12.5.7 要使系统便于修改和扩充
- 12.5.8 要使分析信息辅助决策
- 12.5.9 要注意系统的安全和保密
- 第13章 商业自动化系统的组织实施
- 13.1 项目管理
- 13.2 技术支持和服务
- 13.2.1 前期服务
- 13.2.2 实施过程服务
- 13.2.3 技术支持与售后服务
- 13.3 人员培训
- 13.3.1 基础培训
- 13.3.2 操作培训
- 13.3.3 规范培训
- 13.3.4 经营决策培训



13.4数据准备

13.4.1系统初始化数据准备

13.4.2商品基本数据准备

13.4.3商品账建立

13.5系统验收与交付

第14章 典型案例分析与研究

14.1案例描述

14.2需求说明

14.2.1合同管理子系统

14.2.2编码管理子系统

14.2.3定单管理子系统

14.2.4柜存管理子系统

14.2.5结算管理子系统

14.2.6顾客管理子系统

14.2.7前台POS系统子系统

14.2.8采购分析子系统

14.2.9销售分析子系统

14.2.10物流分析子系统

14.2.11系统维护子系统

14.2.12数据清理子系统

14.3网络方案设计

14.3.1用户需求

14.3.2系统结构

14.3.3网络结构的设计

14.4软件平台的选择

14.4.1操作系统的选择

14.4.2数据库软件的选择

14.4.3开发工具的选择

14.5硬件平台的选择

14.5.1中心数据服务器的选择

14.5.2POS机服务器的选择

14.5.3客户机及收款机的选择

14.5.4打印机的选择

14.5.5UPS不间断电源的选择

14.5.6网络设备的选择

14.6系统实施计划

14.7工作管理规范

14.7.1营业时间

14.7.2客服部结构及人员设置

14.7.3购物须知

14.7.4退、换货须知

14.7.5服务台工作规范

14.7.6广播室工作规范

14.7.7收银员工作规范

14.7.8客服人员工作职责

附录A 文档编制规范

A.1可行性研究报告

- A.2项目开发计划
- A.3软件需求说明
- A.4数据要求说明
- A.5概要设计说明
- A.6详细设计说明
- A.7数据库设计说明
- A.8用户手册
- A.9操作手册
- A.10程序维护手册
- A.11测试计划
- A.12测试分析报告
- A.13安装实施过程

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>