

<<商场超市金牌主管经营与管理>>

图书基本信息

书名：<<商场超市金牌主管经营与管理>>

13位ISBN编号：9787504461780

10位ISBN编号：7504461784

出版时间：2008-10

出版时间：奚华 中国商业出版社 (2008-10出版)

作者：奚华

页数：312

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>

<<商场超市金牌主管经营与管理>>

前言

商业现代化是根据目前社会发展的现状，对照国际商业发展的前沿得出的概念，是相对于原来的那种一家一户式的、夫妻店式的、贱买贵卖式的、非规模化的、非标准化的传统商业而言的。

商业现代化交织了工业经济和信息经济的概念，是商业适应中国经济加速发展阶段以实现商业的最终价值的必然趋势。

现代商业是一个把制造业、交通运输业、商业销售业、金融业、保险业、信息咨询业等整合在一起的概念。

商业现代化的主要目的在于促进商业的全面提升。

针对目前商业整体经营环境，就经济功能而言，商业现代化主要有以下几个发展方向：扩大经营空间，改善商业环境；促进整体商业现代化；提升商业服务品质；落实消费者权益的保护。

商业实现现代化有三大标准，即规模化、标准化和信息化。

为了配合发展商业现代化的趋势，包括现代信息系统在内的一些现代化的工具得到广泛应用。

了解商业发展的新趋势，掌握最新的商业经营知识，是当前中国企业应对商业现代化浪潮的必修之课。

《商场超市金牌主管经营与管理》一书分别涉及了商业领域的多个业态的内容，涵盖非常全面。

该书将每一个业态作为一个专题进行展开，首先从一个业态的概念谈起，然后介绍它的起源、历史、发展、类型以及特征等，进而逐条讲解关于这种业态的具体内容，比如组织形式、管理制度、经营策略以及相关的法律法规等方面的问题。

<<商场超市金牌主管经营与管理>>

内容概要

《商场超市--金牌主管经营与管理》立足商场超市平台。以经营、培训管理为基础，从商场超市服务规范、实用操作工具--表单、制度入手，然后总结出商场超市经营管理中常见问题等各个方面，进行了全面剖析和具体操作指导。结构全面、系统，内容实用。理论与实践相结合，操作性强，为商场超市作业人员策划管理方略、制定规章制度、制作管理表单、进行规范服务提供了一揽子解决方案，是提升商场超市员工服务技能、技巧极佳的行业操作指南。也是不可多得的培训教材。《商场超市--金牌主管经营与管理》既适合拥有一定实践经验的管理者，也可以作为

<<商场超市金牌主管经营与管理>>

书籍目录

上篇 商场金牌主管经营与和理第一章 商场开业的准备商场的地位、任务及影响因素商场发展趋势及未来展望商场的市场定位商圈分析选址分析商场营业开业程序第二章 商场形象管理商场形象管理系统（CIS）的导入商场形象——理念识别系统（MIS）管理商场形象——行为识别系统（BIS）管理商场形象——视觉识别系统（VIS）管理第三章 商场价格管理商场价格管理概论商场定价管理商场价格策略第四章 商场营销管理商场营销概述营销策划营销效果评估营销活动的过程管理第五章 财务管理与商场收银商场流动资产商场长期资产商场负债商场所有者权益商场的POS系统第六章 商场安全管理商场安全工作的意义商场治安管理商场消防管理下篇 超市金牌主管经营与管理第一章 超市开业分析和设店选址市场定位要准确市场环境分析开业策略超市选址原则商圈调查方法商圈设定第二章 超市卖场布局与商品陈列超市卖场布局超市购物环境设计超市商品配置超市商品陈列第三章 超市商品采购超市商品采购制度供应商管理采购人员管理第四章 商品定价策略超市商品价格策略超市商品价格调整超市商品价格标识的管理第五章 超市促销和网络营销超市人员销售超市非人员促销促销预算促销绩效评估超市网络营销技巧网络营销管理技巧

<<商场超市金牌主管经营与管理>>

章节摘录

上篇 商场金牌主管经营与和理第一章 商场开业的准备商场的地位、任务及影响因素一、商场的地位
商场是为社会提供商品和劳务，自主经营，独立核算、自负盈亏，具有法人资格的经济组织。

商场是专门从事商品购销、组织批零经营和服务活动。

直接为消费者服务的经济组织。

在社会再生产过程中，它联结着生产和消费，是商品由生产领域向消费领域移动的通道。

它通过自身的购销和其他业务活动。

促进商品生产的发展，满足人们日益增长的物质需求。

它是企业组织经营管理活动的基本单位。

它既从事购、销、服务等经营活动，又担负着管理的职能。

商场是精神文明建设的“窗口”。

它直接与消费者打交道。

商场职工的服务态度、服务方式、服务作风对广大消费者产生一定的影响。

如果每个商场、每个职工都能遵守职业道德，坚持文明经商，优质服务，端正行风，就能促进整个社会的精神文明建设。

二、商场的任务商场直接为消费者服务，交易次数频繁，每次销售量不大，品种复杂多样。

商品一经售出，即离开流通领域，商品的价值也就随着商品使用价值的消费而消失。

商场通过经营活动，解决群众生活需要。

商场的任务如下。

1. 做好各种商品的供应，不断提高服务质量在市场经济条件下，商场只有组织好商品供应、提高服务质量，才能在激烈的竞争中生存、发展，在企业赢利的同时服务于社会。

2. 加速商品流通，促进工农业发展“无农不稳，无工不富，无商不活”的道理越来越被人们接受，农工商只有按比例协调地发展，社会经济制度才会愈加巩固。

工业农业生产的商品，要通过商业网点转到消费者手里，才能换回货币资金；有了货币资金，工农业生产才能持续稳定地发展。

一个好的商场，注意从与顾客的接触中收集需求信息、及时向生产单位反馈，对生产的发展促进更大。

。

<<商场超市金牌主管经营与管理>>

编辑推荐

《商场超市:金牌主管经营与管理》由中国商业出版社出版。

为商场超市主管提供了一条通往优秀与成功的捷径。

针对现状从实际出发,对商场超市主管的心态、手段和思维进行全方位的培训,使你明确目标,清晰地知道下一步的方略,逐渐锻炼你的能力,积累你的见识,打造你成为行业中的金牌主管。

对于主管遇到的各种实际问题,本文提供了简单实用的解决方案。

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>