

<<品类管理实务>>

图书基本信息

书名：<<品类管理实务>>

13位ISBN编号：9787565402845

10位ISBN编号：7565402842

出版时间：2011-3

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：沈荣耀 编

页数：233

字数：305000

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>

<<品类管理实务>>

内容概要

本书共分九个章节。

其中第1章为品类管理基础，该章系统阐述了品类管理的基础理论，特别是在对品类管理概念等理论描述上，对国内现存的观点进行了一系列修改、创新与完善，使之更加系统化。

第2章为品类管理工作流程，本章结合目前零售业发展现状及国内零售企业的特征，提出品类管理关键工作流程。

第3章商品组合、第4章商品陈列、第5章商品定价、第6章商品促销、第7章新品管理与第8章滞销品管理是对品类战术的分别描述，是品类管理技术应用的体现。

第9章VMI与供应商品类管理则在阐述品类管理理念根源的基础上，让读者更好地理解品类管理运用与发展方向。

<<品类管理实务>>

书籍目录

第1章 品类管理基础

学习目标

引例

1.1 品类与品类管理

1.2 品类管理理念的提出与应用

1.3 品类管理与零售业

1.4 品类管理的支撑要素

本章小结

主要概念

基础训练

实践训练

第2章 品类管理工作流程

学习目标

引例

2.1 品类管理作业流程概述

2.2 建立品类管理组织机构

2.3 市场分析

2.4 品类结构分析

2.5 建立品类模板

2.6 品类实施推广

本章小结

主要概念

基础训练

实践训练

第3章 商品组合

学习目标

引例

3.1 商品组合概述

3.2 商品分类的方式

3.3 商品组合的方法

3.4 品牌组合管理

本章小结

主要概念

基础训练

实践训练

第4章 商品陈列

学习目标

引例

4.1 商品陈列基础

4.2 商品陈列的要求和原则

4.3 商品陈列的基本类型

4.4 商品陈列的方法

4.5 商品的陈列技术

4.6 商品陈列的表现手法

4.7 商品陈列的位置设计

<<品类管理实务>>

本章小结

主要概念

基础训练

实践训练

第5章 商品定价

学习目标

引例

5.1 企业商品价格管理基础

5.2 商品定价管理

5.3 变价管理

本章小结

主要概念

基础训练

实践训练

第6章 商品促销

学习目标

引例

6.1 促销概述

6.2 促销流程

本章小结

主要概念

基础训练

实践训练

第7章 新品管理

学习目标

引例

7.1 新品管理概述

7.2 新品评估

7.3 新品引进操作方法

本章小结

主要概念

基础训练

实践训练

第8章 滞销品管理

学习目标

引例

8.1 滞销品概述

8.2 滞销品淘汰流程

本章小结

主要概念

基础训练

实践训练

第9章 VMI与供应商品类管理

学习目标

引例

9.1 VMI概述

9.2 供应商品类管理

<<品类管理实务>>

本章小结
主要概念
基础训练
实践训练
主要参考文献

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>