

<<特许经营实务>>

图书基本信息

书名：<<特许经营实务>>

13位ISBN编号：9787811228427

10位ISBN编号：7811228424

出版时间：1970-1

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：曹静 编

页数：238

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>

<<特许经营实务>>

前言

特许经营作为一种规模化、低成本的智慧型商业扩张模式，在西方发达国家已有上百年的历史，并且在许多国家成为一种强有力的商业经营模式。

从20世纪90年代开始，特许经营陆续进入我国，成为推动许多企业快速扩张的主要方式之一。

但在这个过程中，特许经营发展的相对不成熟、不规范等许多问题也逐渐暴露出来。

因此，无论是从理论上还是实务上，都有必要澄清特许经营的一些基本概念和关键操作要点，以理清人们的思路，促进特许经营健康、有序的发展。

《特许经营实务》一书，从特许经营的基本概念入手，分别介绍了特许经营的发展历史、特许经营方案的规划与设计、特许经营合同、特许经营手册、总部特许经营系统管理、门店特许经营系统管理、特许经营系统的维护和推广、特许经营法律法规、特许经营系统的选择等内容。

全书在内容和体例的设计上，突出应用型人才的培养目标，力求克服理论说教的空洞。

既强调实践操作，又有理论支撑，做到理论和实践的结合；既兼顾不同的业态和业种，又重点突出超市业态，做到重点与一般兼顾。

教材灵活设置了引例、案例精析、基础训练、实践训练等栏目，特别注重案例的选择、编撰和分析，重视实践训练的针对性、操作性与应用性。

本书可供应用型本科院校使用，也可供高职高专相关专业使用，并可作为特许投资者、研究人员及相关实践工作人员的学习参考书。

全书由上海商学院副教授曹静博士主编，她承担了本书大纲和第1章、第2章、第3章、第9章的编写工作，并负责全书统稿。

沈荣耀老师编写了第4章、第5章和第10章，郑蓓老师编写了第6章、第7章和第8章。

上海商学院连锁经营管理专业是上海市本科教育高地建设项目之一，本书是上海市本科高校教育高地三期建设成果之一。

本书在编写过程中，参阅了不少文献资料，得到了上海商学院有关领导、专家和老师的支持，东北财经大学出版社张旭凤编辑给予了大力帮助，在此一并致谢！

由于时间仓促，加之作者水平有限，不妥与疏漏之处在所难免，敬请读者批评指正，以便进一步修订完善。

<<特许经营实务>>

内容概要

《特许经营实务》从特许经营的基本概念入手，分别介绍了特许经营的发展历史、特许经营方案的规划与设计、特许经营合同、特许经营手册、总部特许经营系统管理、门店特许经营系统管理、特许经营系统的维护和推广、特许经营法律法规、特许经营系统的选择等内容。

全书在内容和体例的设计上，突出应用型人才的培养目标，力求克服理论说教的空洞。既强调实践操作，又有理论支撑，做到理论和实践的结合；既兼顾不同的业态和业种，又重点突出超市业态，做到重点与一般兼顾。

教材灵活设置了引例、案例精析、基础训练、实践训练等栏目，特别注重案例的选择、编撰和分析，重视实践训练的针对性、操作性与应用性。

《特许经营实务》可供应用型本科院校使用，也可供高职高专相关专业使用，并可作为特许投资者、研究人员及相关实践工作人员的学习参考书。

<<特许经营实务>>

书籍目录

第1章 特许经营概述学习目标引例1.1 特许经营的含义1.2 特许经营的类型1.3 特许经营的基本特征1.4 特许经营的一般性原则1.5 特许经营与其他商业形式的区别1.6 特许经营的行业分布本章小结主要概念基础训练实践训练第2章 特许经营发展历史及现状学习目标引例2.1 特许经营发展历史2.2 特许经营在国外的的发展现状2.3 特许经营在中国的发展现状2.4 特许经营对特许人的优势和劣势2.5 特许经营对受许人的优势和劣势2.6 特许经营的社会效益本章小结基础训练实践训练第3章 特许经营方案规划及设计学习目标引例3.1 特许经营总体规划概述3.2 特许经营总体规划步骤3.3 特许经营总体规划内容3.4 特许经营体系结构的设计本章小结主要概念基础训练实践训练第4章 特许经营合同学习目标引例4.1 特许经营合同概述4.2 特许经营合同类型4.3 特许经营合同的内容本章小结主要概念基础训练实践训练第5章 特许经营手册学习目标引例5.1 特许经营手册概述5.2 特许经营招募计划书5.3 单店手册本章小结主要概念基础训练实践训练第6章 总部特许经营系统管理学习目标引例6.1 总部在特许经营体系中扮演的重要角色6.2 特许经营总部的组织结构6.3 特许权组合的设计6.4 特许经营费用及计算6.5 总部督导管理本章小结主要概念基础训练实践训练第7章 门店特许经营系统管理学习目标引例7.1 受许人的选择7.2 受许人的监督和控制7.3 加盟店绩效评估本章小结主要概念基础训练实践训练第8章 特许经营体系的推广和维护学习目标引例8.1 特许经营体系推广概述8.2 特许经营体系推广活动的准备8.3 特许经营体系推广活动的组织实施8.4 特许经营体系的维护本章小结主要概念基础训练实践训练第9章 特许经营系统的选择学习目标引例9.1 特许经营信息的获得9.2 特许总部的考察9.3 判断特许总部的标准9.4 特许总部的评估9.5 申请加盟的程序9.6 加入特许经营体系前应注意的问题9.7 个人参与特许的注意要点本章小结主要概念基础训练实践训练第10章 特许经营法律法规学习目标引例10.1 规范特许经营行为的相关法律10.2 特许经营法律规范概述10.3 特许经营活动10.4 信息披露10.5 特许经营常见法律问题本章小结主要概念基础训练实践训练综合实训主要参考文献及网络

<<特许经营实务>>

章节摘录

3) 发展特许经营 这是指加盟店向总店购买特许经营权的同时也购买了在一个区域内再建若干家分店的特许权。加盟店有了这个权力,一旦事业发展顺利,就可以在该地区内,根据本店经营发展的需要,再建若干家分店,而不必向总店重新申请了。

4) 复合特许经营 这是指总部将一定区域内的独占特许权授予加盟者,加盟者在该地区内可以独自经营,也可以再次授权给下一个加盟者经营特许业务。也就是说,该加盟者既有受许人身份,又有这一区域内的特许人身份。加盟者支付给总部的特许费一般根据区域内的常住人口数量确定,若他再将特许权转让给他人,那么,从他人手中收取的特许费以及年金费须按一定比例上交给总部。

5) 分配特许经营 这是指总店不仅授予加盟店特许经营权,还授予加盟店建立批发仓库或配送中心,向其他加盟店供应、分配货物的权力。

1.2.3 按加入特许契约联盟成员不同分类 1) 制造商 - 零售商特许系统 这种经营系统由制造商发起并提供特许经营权,零售商则是特许经营人。

它在汽车行业最为普遍,如在美国,特许汽车经销商是很常见的。

2) 制造商 - 批发商特许系统 特许人仍是制造商,同时特许经营人也是批发商。

饮料行业常采用此种特许经营系统。

例如,可口可乐公司把浓缩糖浆销售给瓶装厂(批发商)后,由瓶装厂进行灌装并分销到商店、自动售货机。

酒吧和旅馆等零售行业,所采用的也是这种特许经营系统。

3) 批发商 - 零售商特许系统 它是由一个批发商发起、同时吸收大量零售店加入所形成的经营系统,如Rexall Rugs、sentry Hardware等。

4) 服务特许系统 这种特许经营系统由一个创造出独一无二服务概念的公司发起建立,它通过特许经营协议授予特许经营人使用总部的商业名称和专长的特权,总部则收取一定的加盟费作为补偿。

服务特许经营形式最近几年在美国发展甚快,主要是由于快餐店、便利店、饭店和汽车旅馆等行业的迅速增长。

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>