

《连锁经营管理原理》

图书基本信息

书名：《连锁经营管理原理》

13位ISBN编号：9787121179518

10位ISBN编号：7121179512

出版时间：2012-9

出版社：郭伟 电子工业出版社 (2012-09出版)

作者：郭伟 编

页数：222

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

前言

连锁经营作为一种现代经营方式和管理制度，是商业领域的一次重大变革，连锁经营在很多行业被证实是一种成功的管理模式。在全球500强企业中，有近1/3的企业是采用连锁经营的管理模式，尤其在零售企业中，这种管理模式越来越被世人瞩目。虽然连锁经营在我国发展时间较短，但这种经营方式在商品流通领域、餐饮及服务业取得了骄人的成绩，据不完全统计，在我国零售就业人口中，大约有1/4的人在连锁企业工作或有过在连锁店工作的经历。为了满足市场的需求，我国许多高职院校纷纷开设了连锁经营管理专业，专门从事连锁经营管理人才的培养工作。但是，由于高职学生的培养特点和毕业后的岗位要求，作为理论与教学工作，编者与大多数同行一样深感目前连锁经营教材跟不上时代的需求。目前已出版的大部分教材突出商品零售经营，在餐饮与服务连锁方面的表述上严重缺失。这导致部分学生学完课程后认为连锁经营管理专业就业渠道主要是大商场、大超市；另外，很多教材偏重理论描述，缺少实际动手操作部分，导致学生毕业后不能马上适应连锁企业的工作需要。编者正是基于以上考虑，通过对连锁企业人才培养标准的研究和实践，在课程改革的基础编写了这本“理实一体”的项目化教材，本书的主要特点如下。

1. 以工作任务为引领，以项目化教学为载体，通过课前任务和案例分析，引出教学任务及要解决的问题，通过问题解决式的自主学习改变学生被动的接受知识，调动学生的学习积极性，培养学生分析问题和解决问题的能力。
2. 从商品零售、餐饮和服务三大零售连锁经营的业态分别进行阐述，使学生较早对连锁经营的行业分布有清晰的整体认识。
3. 在主要知识点介绍中，穿插了一些知识性和趣味性的阅读资料和小案例，大大增加了教材的故事性、趣味性，提高了学生的学习兴趣和对知识的吸收效果。

本书中精心设计了9个项目。本书由安徽商贸职业技术学院郭伟担任主编，安徽商贸职业技术学院陈小云、广西经济管理干部学院蒋和平担任副主编。郭伟老师负责本书编写框架的设计及编写过程的组织，并对全书进行了总纂。具体编写分工如下：项目二、三、七由郭伟编写；项目一、五、八由蒋和平编写；项目四、六、九由陈小云编写。本书在编写过程中，参考了国内外专家、学者的有关著作与研究成果，在此一并表示谢忱。由于编写人员水平有限，加之时间有限，书中内容难免存在缺陷与不足之处，恳切希望读者提出批评和改进意见。 郭伟

《连锁经营管理原理》

内容概要

《连锁经营管理原理》

书籍目录

项目一 连锁经营概述1 任务一 认识连锁经营2 任务二 了解连锁经营的起源与发展12 实训项目22 项目二 连锁经营的类型及管理模式26 任务一 认知直营连锁28 任务二 认知特许连锁29 任务三 认知自由连锁36 任务四 熟悉连锁经营的管理模式37 实训项目41 项目三 连锁经营行业分布与业态分类44 任务一 认识零售业态和连锁经营行业分布46 任务二 区分三大零售行业连锁经营业态类型48 实训项目62 项目四 连锁经营战略管理65 任务一 了解连锁经营战略管理67 任务二 认知连锁企业运营战略的制定73 任务三 连锁企业发展战略的制定75 任务四 认知连锁企业竞争战略选择77 任务五 认知连锁企业形象战略的制定80 实训项目85 项目五 连锁经营组织管理87 任务一 设计连锁经营组织结构88 任务二 明确连锁经营组织管理职能96 实训项目105 项目六 连锁经营营销管理108 任务一 连锁经营目标市场选择与市场定位109 任务二 连锁企业的价格管理117 任务三 连锁企业的促销管理122 任务四 连锁企业的商品管理127 实训项目131 项目七 连锁经营服务管理133 任务一 认识连锁企业的服务及其作用134 任务二 区分连锁企业服务的类型137 任务三 连锁经营服务设计139 任务四 连锁经营服务质量管理147 实训项目155 项目八 连锁经营采购与物流管理157 任务一 连锁经营采购管理158 任务二 连锁经营物流管理172 实训项目185 项目九 连锁经营内部管理188 任务一 连锁经营人力资源管理189 任务二 连锁经营信息系统管理200 任务三 连锁经营财务管理206 实训项目208 附录A 商业特许经营管理条例211 附录B 国内贸易部关于印发《连锁店经营管理规范意见》的通知216 附录C 连锁专业名词、术语218 参考文献222

版权页：插图：日本特许连锁协会对特许连锁的定义是：“特许经营权是指特许者与其他事业者之间缔结合同，特许者特别授权特许加盟者使用自己的商标、服务标记、商号和其他作为营业象征的标志和经营技巧，在同样的形象下进行商品销售。此外，加盟者要按销售额或毛利的一定比例，向特许者支付报偿金，并对事业投入必要的资金，在特许者的指导及支持下开展事业。双方保持着持续性的关系。”我国商务部于2005年年初颁布了《商业特许经营管理办法》，将特许经营定义为：“通过签订合同，特许人将有权授予他人使用的商标、商号、经营模式等经营资源，授予被特许人使用；被特许人按照合同约定在统一经营体系下从事经营活动，并向特许人支付特许经营费。”二、特许经营的类型按照不同的分类标准，特许经营可以分为很多类别，一般根据特许经营的内容，将特许经营分为三大类：一是产品和品牌的特许经营，如汽车销售、加油站、大众消费品、化妆品等行业；二是生产特许经营，如可口可乐的灌装厂；三是经营模式特许经营。其中经营模式特许经营越来越成为当今主导的商业模式，它集中体现了特许经营的优势，目前在很多行业迅速推广。在该种模式下，加盟者按总部的全套经营模式进行经营，其主要特征是受许人有权使用特许人的商标、商号名称、企业标志及广告宣传，完全按照特许人的模式来经营；受许人在公众中完全以特许人企业的形象出现；特许人对受许人的内部管理、市场营销等方面进行很强的控制。主要讲述下面经营模式特许经营。经营模式特许的实质就是特许人（盟主）将自己所拥有的品牌、商标、产品、单店管理系统、经营诀窍、对消费者的服务等内容开发组合成独特的具有竞争力的特许权，然后以特许经营合同的形式授权给受许人（加盟商）使用。经营模式特许是高级的、综合的业务形式，特许人（盟主）对受许人（加盟商）所从事的经营活动有严格的限制。加盟商经营的单店从装修、陈设到产品销售、促销、服务等都必须和总部的标准保持一致，加盟店未经许可，绝不能经营其他品牌的商品。目前这种模式正在全球快速发展，并已成为特许经营的主流，如麦当劳、肯德基等均采用经营模式特许经营。经营模式特许经营最基本、最常见的形式有以下两种。

《连锁经营管理原理》

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:www.tushu000.com