

《超级市场经营与管理》

图书基本信息

书名：《超级市场经营与管理》

13位ISBN编号：9787810593649

10位ISBN编号：7810593641

出版时间：1999-06

出版社：中国人民公安大学出版社

作者：吴文盛,等

页数：314

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.tushu111.com

书籍目录

目录

前言

第一篇 超市经营管理基础

第一章 超市概述

第一节 超市的基本概念及其意义

一、超市的基本概念

二、澄清几个概念

三、超市的历史意义

第二节 超市的诞生与演化

一、超市产生与发展的社会经济条件

二、超市的诞生

三、超市的发展与演化

第三节 超市的类型及其特征

一、超市类型的划分

二、超市的特征

第四节 超市在零售业中的定位

一、零售业概述

二、零售业的类型

三、超市与主要零售业态比较

四、超市的生命力分析

第二章 国内外超市经营的借鉴

第一节 美国超市的借鉴

一、美国超市概述

二、美国超市的特点

三、美国超市的经验借鉴

第二节 日本超市的借鉴

一、日本超市概述

二、日本超市的特点

三、日本超市的经验借鉴

第三节 法国超市的借鉴

一、法国超市概述

二、法国超市的特点

三、法国超市的经验借鉴

第四节 我国台湾与香港超市的借鉴

一、台湾与香港超市概述

二、台湾与香港超市的特点

三、台湾与香港超市的经验借鉴

第三章 中国超市的产生与演化

第一节 80年代中国的食品自选商店

一、80年代中国食品自选商店的兴衰

二、80年代中国食品自选商店兴衰的原因探析

三、80年代我国自选商店的经验教训与借鉴意义

第二节 我国超市的兴起与演化

一、我国超市的兴起

二、90年代中国超市的特点

三、我国90年代超市兴起的原因分析

四、中国超市的发展趋势

第三节 我国超市发展中存在的问题与对策

- 一、我国超市存在的问题及原因分析
- 二、我国超市的发展前景与对策

第二篇 超市的经营运作

第四章 超市的经营策划

第一节 超市的经营定位

- 一、超市经营定位的概念
- 二、经营定位的依据
- 三、超市经营定位的内容

第二节 超市选址

- 一、超市选址的准则
- 二、商圈分析
- 三、店址分析

第三节 超市形象设计与塑造

- 一、企业形象的概念和作用
- 二、超市形象的组成因素
- 三、超市形象设计与塑造的基本原则
- 四、超市的企业形象塑造
- 五、超市的店铺形象设计

第四节 超市店堂布局与商品陈列

- 一、店堂布局
- 二、商品陈列

第五节 超市的促销策略

- 一、明确促销目标
- 二、确定促销时期
- 三、编制促销预算
- 四、选择促销方式
- 五、实施促销活动
- 六、评估促销效果

第五章 超市的物流管理

第一节 超市的物流系统

- 一、超市的物流系统
- 二、物流系统的基本职能

第二节 商品采购计划

- 一、制定商品采购计划的基本原则
- 二、市场需求预测
- 三、商品订货策略

第三节 商品入库与检验

- 一、商品进货检验制度
- 二、商品的接货和收货
- 三、商品进货检验
- 四、商品进货检验记录

第四节 商品储存管理

- 一、商品入库管理
- 二、商品储存管理
- 三、库存商品的ABC控制法
- 四、库存盘点

第五节 商品配送管理

- 一、商品加工与包装

- 二、商品配货
- 三、商品出库与送货
- 第六节 商品配送中心
 - 一、商品配送及配送中心
 - 二、商品配送中心的作用
 - 三、我国商品配送中心的建设
- 第六章 超市的商流管理
 - 第一节 商品采购
 - 一、商品进货渠道
 - 二、供应商的选择
 - 三、供应商的管理
 - 四、采购决策组织
 - 第二节 商品分类与组合
 - 一、商品分类
 - 二、商品组合
 - 三、品牌经营
 - 第三节 商品的编码
 - 一、商品编码
 - 二、自定店内码
 - 三、EAN店内码
 - 四、校验位
- 第七章 超市的信息流管理
 - 第一节 超市管理信息系统
 - 一、管理信息系统功能和作用
 - 二、超市管理信息系统的组成
 - 三、超市信息系统实例
 - 第二节 电子收款机（ECR）
 - 一、ECR的组成
 - 二、ECR的功能
 - 三、ECR的分档
 - 第三节 商品的条形码
 - 一、商品条码
 - 二、条码扫描设备
 - 第四节 POS系统
 - 第五节 EOS系统
- 第八章 超市人力资源管理
 - 第一节 人力资源管理概述
 - 一、人力资源的概念与特点
 - 二、人力资源管理的内容
 - 三、人力资源管理与传统人事管理的区别
 - 第二节 超市员工的招聘
 - 一、员工招聘的要求
 - 二、员工招聘的程序
 - 三、员工招聘渠道
 - 四、员工招聘中应注意的问题
 - 第三节 超市员工的培训
 - 一、超市员工培训的特征
 - 二、超市员工培训的内容
 - 三、超市员工培训的组织管理

第四节 超市员工的考核与激励

- 一、员工考核
- 二、员工激励

第九章 超市理财

第一节 超市理财的特点

第二节 超市的财务预算

- 一、财务预算的编制方法
- 二、财务预算的编制

第三节 超市的资本运营

- 一、资本运营的现实意义
- 二、企业资本运营的主要方式
- 三、超市的资本运营
- 四、加强资本运营的风险防范

第四节 超市的绩效评估

- 一、安全性评价
- 二、效率性评价
- 三、效益性评价
- 四、发展性评价

第三篇 超市的常规业务管理

第十章 超市作业管理

第一节 超市作业计划与管理

- 一、超市作业计划的任务
- 二、超市作业计划的指导原则
- 三、超市作业计划内容及主要指标体系
- 四、超市作业计划的编制

第二节 超市商品管理作业

- 一、商品标价与变价作业
- 二、自用品管理与赠品处理作业
- 三、缺货与退货作业处理

第三节 超市货物上下架作业

第四节 超市收银作业

- 一、收银作业流程
- 二、收银作业规范管理

第五节 超市服务台作业规范

- 一、超市服务台作业的主要内容
- 二、服务台人员作业规范

第十一章 超市日常管理

第一节 超市安全管理

- 一、超市安全管理的重要性
- 二、超市安全管理的主要内容
- 三、超市安全管理及其可操作的措施

第二节 超市卫生管理

- 一、超市卫生管理的重要性及主要内容
- 二、加强超市卫生管理的措施

第三节 超市商品损耗及其处理

- 一、超市商品损耗及其原因分析
- 二、超市降低商品损耗的主要措施

第四节 超市人员日常安排

- 一、门店人员的配置

二、人员的值班安排

三、各班次的职责

四、员工的出勤与考勤

第四篇 中国超市的发展

第十二章 超市集团化经营

第一节 我国发展超市集团的必要性与必然性

一、我国发展超市集团的必要性

二、发展超市集团的必然性

第二节 超市集团的经营模式

一、连锁超市集团

二、产销结合型超市集团

第三节 连锁超市集团

一、连锁超市集团的组织体系

二、连锁超市集团的经营特色

三、当前我国发展超市集团应注意的几个问题

附录1上海连锁超市规范标准

附录2上海市商品条码管理办法

附录3上海超市和自选商场服务规范（试行）

附录4北京市“超级市场、便民连锁店”基本标准（试行）

附录5企业连锁经营有关财务管理问题的暂行规定

《超级市场经营与管理》

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.tushu111.com