

# 目 录

<b>第一篇</b>	<b>百货商店品牌形象对顾客忠诚的影响研究</b>
<b>第一章</b>	<b>相关文献研究综述</b>
1.1	品牌形象文献综述
1.2	顾客满意及顾客忠诚文献综述
1.3	百货商店品牌形象文献综述
1.4	服务品牌形象对顾客忠诚的影响
<b>第二章</b>	<b>百货商店品牌形象要素分析及模型构成</b>
2.1	概念界定
2.2	百货商店品牌形象要素分析
2.3	百货商店品牌形象对顾客忠诚的影响模型构成
<b>第三章</b>	<b>变量计量与数据收集</b>
3.1	变量的计量
3.2	问卷设计与数据收集
<b>第四章</b>	<b>百货商店 C&amp;T 修正模型的验证研究</b>
4.1	数据处理方法
4.2	量表的信度与效度检验
4.3	C&T 修正模型的验证分析
<b>第五章</b>	<b>主要结论及展望</b>
5.1	主要研究结论
5.2	管理对策建议
5.3	研究的局限性
5.4	未来研究方向
<b>第二篇</b>	<b>大型超市服务质量对顾客行为倾向的影响研究</b>
<b>第一章</b>	<b>相关研究文献综述</b>
1.1	服务质量文献综述
1.2	顾客满意和顾客行为倾向文献综述
1.3	服务质量与顾客行为倾向关系研究
1.4	商品零售服务质量评价模型研究综述
<b>第二章</b>	<b>GMS 服务质量维度分析与模型构建</b>
2.1	概念界定
2.2	GMS 服务质量维度分析
2.3	研究框架
2.4	研究假说

<b>第三章</b>	<b>变量测量与数据收集</b>
3.1	变量测量
3.2	问卷设计与数据收集
<b>第四章</b>	<b>假设检验与统计分析</b>
4.1	数据处理方法
4.2	量表检验
4.3	假设检验与分析
4.4	检验结果
4.5	结果讨论
<b>第五章</b>	<b>研究总结与展望</b>
5.1	本篇结论
5.2	对策建议
5.3	研究的局限性
5.4	未来研究方向
<b>第三篇</b>	<b>家电连锁业的供应链管理研究</b>
<b>第一章</b>	<b>相关研究文献综述</b>
1.1	国内外供应链管理研究综述
1.2	家电连锁业供应链管理研究综述
<b>第二章</b>	<b>主要概念及关键要素分析</b>
2.1	供应链管理的概念界定
2.2	家电连锁业供应链管理的主要要素分析
<b>第三章</b>	<b>国外家电连锁业的供应链管理分析</b>
3.1	美国家电连锁业的供应链管理
3.2	日本家电连锁业的供应链管理
3.3	Best Buy 个案分析
<b>第四章</b>	<b>中国家电连锁业的供应链管理分析</b>
4.1	中国家电连锁业的供应链管理
4.2	苏宁电器个案分析
<b>第五章</b>	<b>中外家电连锁业供应链管理比较分析</b>
5.1	中外家电连锁业供应链管理水平比较
5.2	中外家电连锁业供应链管理差距的成因分析
<b>第六章</b>	<b>研究结论及对策建议</b>
6.1	研究结论
6.2	对策建议
6.3	研究的未来展望

## **第四篇 商业连锁形象对其核心竞争力影响研究**

### **第一章 相关文献研究综述**

- 1.1 企业形象的研究综述
- 1.2 企业核心竞争力的研究综述
- 1.3 企业形象对企业核心竞争力影响的研究综述
- 1.4 我国盐业市场连锁经营发展现状

### **第二章 要素分析及影响模型构成**

- 2.1 概念界定
- 2.2 商业连锁企业形象及核心竞争力主要研究维度分析
- 2.3 商业连锁企业形象对核心竞争力的影响模型构成

### **第三章 影响关系的实证研究**

- 3.1 数据处理方法
- 3.2 市场调查
- 3.3 BE 模型在苏果便利店中的验证分析
- 3.4 BE 模型在苏盐连锁中的验证分析

### **第四章 结论及展望**

- 4.1 主要研究结论
- 4.2 相关的对策建议
- 4.3 研究的局限性
- 4.4 未来研究方向

## **参考文献**

## **后 记**