

<<经济管理基础通论>>

图书基本信息

书名：<<经济管理基础通论>>

13位ISBN编号：9787030191410

10位ISBN编号：7030191412

出版时间：2009-3

出版时间：科学出版社

作者：徐康宁，李东 主编

页数：396

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>

<<经济管理基础通论>>

前言

写一部主要供大学理工科学生学习经济管理基础的教学读物，一直是我们的工作计划和教学探索。

东南大学在全国比较早地开设了“经济管理基础”这门课，并作为一门通识课，安排在理工科专业高年级的教学计划中。

当时开设这门课时，主要是考虑在市场经济的背景下，让理工科专业的学生掌握一些经济学、管理学、财务管理等方面的知识，了解现实中的经济生活，以后在产品的设计、技术革新中有市场的意识，具备基本的经营和效益的思维。

理工科专业的学生往往专业基础扎实、学习能力强、刻苦用功，经济学和管理学对于他们虽然是跨学科的学习，但只要内容安排得当，理论联系实际，他们是很愿意学的，也能学得很好。

事实上也是如此。

根据东南大学近些年参加全国“挑战杯”大学生课外科技作品大赛取得的优异成绩来看，理工科大学学生学了这门课，参赛的新产品设计明显有了市场意识，具备了经济管理知识的基本素养。

通过几年来的探索，“经济管理基础”逐渐成为理工科专业高年级学生必修的一门课。

经济管理方面的内容很多，把所有的内容浓缩在几十个课时的一门课中是不现实的，只能删繁就简、取其精华。

尤其是针对理工科学生的特点，选取最重要的内容，并用叙事式的语言，联系现实中的经济生活，让学生在案例和情景中了解经济管理的理论。

我们的出发点是：要让学生掌握最基本的原理，如市场经济是怎么回事，资源在市场中是如何配置的，管理的基本功能是什么，组织在管理中起什么作用；让学生把握最有用的知识，如怎样做市场分析，如何控制生产管理的过程，怎样看资产负债表等。

我们曾经编写过一本“经济管理基础”的教材，当时主要供校内教学所用。

现在已经有越来越多的高校开设这门课，根据形势发展的需要，我们原来编写的教材在分量上也略显单薄。

于是，我们重新启动了编写新教材的计划，并经申请被选入了教育部普通高等教育“十一五”国家级规划教材。

教材是集体编写的，作者的分工是：徐康宁负责第1 - 4章（邵军、程勇承担了部分初稿的编写），李东负责第5 - 8章，时巨涛负责第9、10章，朱志坚负责第11、12章，陈良华负责第13章，孔庆善负责第14、15章，徐康宁、李东作为主编，负责整体框架和章节安排。

<<经济管理基础通论>>

内容概要

本书的内容包括经济学和管理学的基本原理，以及市场营销、人力资源管理和财务会计的基础知识，是一部综合经济管理专业原理性与技能性知识于一体的基础性教材和读物。

通过学习本书，不仅可以拓宽在校大学的专业视野，使他们熟悉经济学的最重要的基本原理，理解市场经济的运行，而且可以掌握一些基本而有用的管理技能，如管理的职能、基本财务分析、进入市场的基本方法等，以适应市场经济的竞争。

本书可用作大学理工科专业和非经济管理专业通识教育课程的教材，也可作为对经济管理类专业有兴趣的学生、青年进行专业启蒙的基础读物。

<<经济管理基础通论>>

书籍目录

第1章 引言：打开一扇新知的窗 1.1 学会如何做出选择 1.2 经济学是什么 1.3 经济学的分支 1.4 经济学的方法与实验 1.5 中国：从计划经济走向市场经济 1.6 市场经济中的政府作用 1.7 管理的功能 1.8 从世界500强的变迁看企业的持续经营 1.9 企业的生命周期与长寿公司第2章 资源配置与市场机制 2.1 资源稀缺性及配置机制 2.2 市场的功效 2.3 需求、供给与均衡 2.4 市场失灵第3章 消费与生产 3.1 消费者决策 3.2 生产者决策 3.3 竞争与垄断 3.4 生产、消费与经济增长第4章 全球化背景下的经济与市场 4.1 经济全球化及其影响 4.2 贸易改变世界 4.3 跨国公司与生产国际化 4.4 新的消费与新的市场第5章 现代社会与管理 5.1 管理的立足点：现代社会中的机构化趋势 5.2 管理：机构生存与发展的基本条件 5.3 管理的过程与职能第6章 管理的环境及其影响 6.1 管理环境的概念 6.2 管理环境的层次与主要要素 6.3 管理环境对管理的影响 6.4 管理环境分析第7章 管理职能与管理系统 7.1 管理职能与管理系统 7.2 管理职责与管理者 7.3 管理者：类型划分与技能结构第8章 企业战略 8.1 实践中的问题及背景 8.2 企业战略的概念 8.3 管理行动：从竞争战略到价值战略第9章 组织 9.1 组织的基本概念 9.2 组织设计 9.3 组织文化第10章 人力资源管理 10.1 人力资源管理概述 10.2 企业的人力资源管理活动 10.3 人力资源管理面临的挑战和变革第11章 商机把握与产品创新 11.1 商机魔方：“旋准”市场的切入点 11.2 营销的基点：客户需求的满足与创造 11.3 营销管理行为：基于需求的管理 11.4 商机分析：选择未来 11.5 打开产品创新大门第12章 市场营销的制胜谋略 12.1 营销亮剑：营销组合与客户关系管理 12.2 提供客户解决问题方案——决策产品 12.3 实现客户购买力与企业盈利力的平衡——合理定价 12.4 保障客户与产品的接触——决胜渠道 12.5 引导客户的购买与消费——定制促销第13章 财务分析 13.1 财务分析概述 13.2 比率分析方法 13.3 趋势分析与结构比率分析 13.4 财务分析的局限和陷阱第14章 运作管理 14.1 运作管理的基本概念 14.2 构建运作系统 14.3 计划与控制运作系统第15章 运作管理的基本策略 15.1 竞争力与运作战略 15.2 质量管理 15.3 准时化生产 15.4 服务管理 15.5 新兴制造技术参考文献后记

<<经济管理基础通论>>

章节摘录

第1章 导言：打开一扇新知的窗 世界充满了新奇，也充满了机会。青年人对新奇是最敏感的，他们渴望发现新奇背后的答案；青年人对机会也是最跃跃欲试的，他们希望能找到把握机会的密码。

新奇与机会是一个事物的两面，知道了新奇的答案，离机会就不会远了。

——本书主编 【本章学习目的】 1. 了解个人和企业的选择在经济生活中的重要作用。

2. 理解经济世界的四个基本问题。

3. 懂得市场经济优于计划经济，理解中国由计划经济走向市场经济是一个必然。

4. 理解政府在市场经济中的作用。

5. 了解管理的基本职能。

6. 理解企业的长期竞争优势与其管理能力有关。

对于阅读这本书的读者而言，本书是一个新知的世界。

本书是专门为理工科专业的大学生而写的，为的是让学科学和工程技术专业的大学生懂得市场经济的基本理论知识，增强市场的意识，学会观察实际生活中的经济现象。

读者在生活中司空见惯的生产、销售、消费等经济现象，其背后都包含着许许多多的道理。

从工程技术的角度看，一种产品能够变成现实，首先需要有人设计它，然后要靠人把它生产出来，生产的时候又要遵循一定的技术标准和工艺规定，产品才是合格的。

当我们换一种思维角度来看的时候，很可能用另外的道理来解释它。

就像本书所要阐述的一些基本原理一样，产品出现在市场，首先是因为有人需要它（用较为专业的话讲，就是有市场需求），而且这个产品的市场价格既不能高，也不能低，高了就没有相应的需求，低了就没有足够的供给。

更重要的一点是，通常情况下（通常这两个字很重要），这个价格不是哪一个人可以决定的，其背后是市场的力量在起作用。

不过，有的时候一种产品的价格越高，竞相购买的人却越多，投资市场就常见这种情形。

这又是一种新奇。

.....

<<经济管理基础通论>>

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>