第一图书网, tushu007.com

<<现代商学概论>>

图书基本信息

书名：<<现代商学概论>>

13位ISBN编号：9787040245639

10位ISBN编号：7040245639

出版时间：2008-8

出版时间：高等教育出版社

作者：黄国雄 著

页数：344

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

前言

在党的十七大会议上，胡锦涛总书记做了《高举中国特色社会主义伟大旗帜，为夺取全面建设小康社会新胜利而奋斗》的报告。
报告为中国的发展描绘了灿烂光辉的前景；提出了划时代的历史任务；明确指出构建小康社会，发展生态文明，营造宜居环境的战斗任务，也为广大商务工作者提出了更加艰巨、更加务实和更加光荣的任务。
市场经济是交换经济，要通过交换实现生产目的，通过交换满足人民的生活要求。
和谐社会要以和谐的商业为前提条件，如果没有和谐的消费环境，没有安全有序的商品交换，没有文明经商，那么小康社会、宜居环境就无法实现。
因此，我们必须做到以下几点：　　第一，构建和谐社会，要有一个和谐的经济运行环境。
商业作为专门从事媒介商品交换的产业，是生产与消费的中介，是国民经济各部门运行的枢纽。
如何营造畅通、有序、协调、互促的和谐市场，为生产、生活以及国民经济服务，就成为商务部门应有的职责。
　　第二，构建和谐社会，要有一个和谐的生活环境。
现代商业是一种生活方式，不仅为人民生活提供了丰富的内容，而且营造了一个和谐舒适的消费环境，提高了生活质量，促进了生活方式和消费观念的转换。
没有和谐的消费环境，就没有宜居的环境，小康社会也就成为一句空话。
因此，可以说，商业特别是零售业是一项实实在在的民生工程。
　　第三，构建和谐社会，要有一个文明的商业环境。
在市场经济条件下，人们之间的关系大量、频繁地表现为商品交换关系，天天要与商品打交道，“人为本、和为上”，文明经商，货真价实，真诚待客，市场有序无一不是营造和谐的人际关系。
　　第四，构建和谐社会，要有一个系统的、完善的现代商业服务体系。
现代商业服务体系包括从物质消费到精神消费，从商品到服务，从生活服务到促进人们全面素质的提高。
开拓新的消费领域，扩大服务市场，满足人们多层次、多形式、多方位的消费需要，不仅可以达到扩大内需的目的，而且有利于人民生活质量的提高。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《现代商学概论》以市场经济是交换经济、商业是媒介交换的产业为出发点，涉及商业运行的基本元素：商人、商品、商业资本，商业的主体、客体运行的特点，以及存在的大量社会商业现象和内在规律，包括商业竞争、商业机会、商业风险、商业道德等，全面阐述了商业运行的基本原理，不仅可作为商业经济（贸易经济）专业的专业基础课教材，也可以作为非财经专业本科生、硕士生和博士生以及商业企业界人士的阅读用书。

作者简介

黄国雄，中国人民大学商学院教授、博士生导师。
1961年毕业于中国人民大学贸易经济专业，1961年至1980年长期从事商业管理工作，1980年起从事商业经济教学与研究工作，曾任此京商学院商业经济系主任、中国人民大学贸易经济系主任、中国人民大学市场调查所所长。
黄国雄教授长期从事商业经济理论科研与教学工作，是中国商业经济领域的权威学者、中国著名流通专家、商务部特聘专家，并兼任中国商业经济学会副会长、中国城市商业网点管理协会副会长、中国商业地产联盟副会长以及北京市商务局、中国市场学会、北京市商业联合会顾问。
著有《商务现代化》、《现代商学通论》、《现代零售学》、《流通新论》、《零售十论》等著作。
2005年被评为推动商业进程的商界精英，2006年被评为中国连锁十年发展新闻人物、20年特许连锁发展推动人物、2006年商业地产特别贡献人物、2006年中国零售年度人物。
其理论和观点得到业界人士普遍认可。

<<现代商学概论>>

书籍目录

第一章 商品、商人与商业第一节 商品第二节 商人与商业第三节 商业的发展第四节 现代商业概述第二章 商业职能第一节 商业职能概述第二节 商业的作用第三节 商业行为第四节 组织商品流通第五节 商业服务第三章 商业活动中的经济关系第一节 商业与生产的关系第二节 商业与消费的关系第三节 商业与分配的关系第四节 商业与金融的关系第五节 国内市场与国际市场的关系第四章 商业组织与运行要素第一节 商业组织是商业的主体第二节 商业组织形态第三节 连锁公司集团第四节 组织运行要素第五章 商业活动的运行环境第一节 市场是商业存在的基础第二节 商品供求第三节 商业政策第六章 商业结构第一节 商业结构的科学性第二节 商业所有制结构第三节 商业行业结构第四节 商业网点空间结构第七章 商业规模第一节 商业规模是流通力的表现第二节 商业规模的制约因素第三节 商业企业规模第四节 城市商业中心规模第八章 商业经营形式第一节 商业经营形式概述第二节 零售商业经营第三节 批发经营第四节 商业代理经营第五节 连锁经营形式第九章 商业交易方式第一节 交易方式选择第二节 直销、代销与经销第三节 租赁、信托、拍卖、展销会第四节 现货交易、远期合同交易和期货交易第十章 商业竞争第一节 商业竞争的客观性第二节 商业竞争的内容第三节 商业竞争战略第四节 商业竞争的规范和制衡第十一章 商业和谐第一节 和谐与商业和谐的含义第二节 商业和谐的主要内容第三节 商业和谐的运行机理第四节 商业和谐的评价指标体系第五节 构建和谐商业的措施第十二章 商业资本经营第一节 资本与资本经营第二节 商业资本与商业资本经营第三节 我国国有商业资本的战略调整与商业资本经营第十三章 商业信誉第一节 商业信誉概述第二节 商业信誉的功能效应第三节 商业信誉的评估与测度第四节 商业信誉的培育、维护和提高第十四章 商业机会第一节 商业机会第二节 商业机会的来源和识别第三节 商业机会的评估、分析和选择第四节 商业机会的利用——商业投机第五节 商品期货投机第十五章 商业风险第一节 商业风险及其类型第二节 商业风险管理概述第三节 企业全面风险管理第十六章 流通秩序与商业道德第一节 流通秩序第二节 商业价值观念第三节 商业道德参考书目

章节摘录

（四）商业企业是自负盈亏的法人主体　　商业企业作为自负盈亏的企业法人，必须在商业活动中实现自己的利润企图，要以自己的收入抵偿成本，并获得盈余即利润。
这是企业生存的条件，发展的基础。
商业企业作为利益集团和其他企业一样，有利益一致的一面，即发展社会主义市场经济，促进国民经济的发展，满足人民日益增长的物质和文化生活的需求；又有矛盾的一面，即追求自身利润最大化。
企业的逐利性还体现在为实现平均利润和超额利润，在商业活动中尽可能缩短商品流通时间，减少资金占用所带来的损失，降低经营成本。
可见，企业的逐利性又是加速商品流通的动力源泉。
如果说商业企业的独立性是商业企业有可能成为企业的真正主体，那么，逐利性就现实地使企业成为市场主体。
商业企业的逐利性，驱动着企业不停地向新的目标前进，使商品流通规模不断扩大，使商业活动和市场充满生机活力。
如果没有商业企业的逐利性，无利可图，企业既无动力也无压力，市场也就失去流动性和竞争力，整个商业处于死气沉沉的局面，毫无生机和活力。
（五）商业企业要具有市场的应变能力　　市场是运动的，是在变化中发展的。
商业企业作为运作主体，是具有生命的，是在运动中发展的。
它对外界的刺激有自动反应能力。
当商业活动环境，特别是市场发生变化时，商业企业必须相应地作出自动反应。
企业应变力是企业经营力的重要表现。
如果商业企业没有应变性，保守、呆板、僵化，不能随市场变化而变化，就必然被市场所淘汰。
二、商业公司　　（一）商业公司的概念　　商业公司是商业企业的一种组织形式，是指依法登记、以商品购销和提供商品和服务为内容、以盈利为目的的社团法人。
商业公司是商品经济发展到一定程度和一定阶段的产物。
它是现代化、大规模、综合性商品流通的组织者，是适应社会化大生产和市场经济发展而形成的一种现代企业制度。
公司，作为一种经济组织的基本单位和典型形态，是商品经济发展的产物。
最早的公司萌芽出现在中世纪意大利及地中海沿岸的商业城市，是适应对外贸易发展而集资形成的新型的商业组织。

编辑推荐

《现代商学概论》对现代商学理论进行了探索，作为探索中的学科必然存在着许多不足和缺陷。必须在探索中发展、在创新中完善，需要业界同仁更多的帮助和指正，共同建设适应市场经济发展需要的现代商学。

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