

<<企业经营管理学>>

图书基本信息

书名：<<企业经营管理学>>

13位ISBN编号：9787113022969

10位ISBN编号：7113022960

出版时间：1996-05

出版时间：中国铁道出版社

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>

## <<企业经营管理学>>

### 内容概要

#### 内容简介

本书详细阐述了企业经营管理的主要工作，即如何应用管理基本原理和方法从事经营活动，以达到企业经营目标。

全书包括经营思想、经营目标、经营战略、经营决策、经营计划等经营基本理论和方法，市场调查与预测、市场需求分析、产品、价格、渠道、销售促进等营销策略以及经营组织、经营形式、国际化经营等经营现实问题。

针对企业经营实践，着重于基本方法的运用，注意可操作性是该书的基本特点。

本书可作为大专院校企业管理、管理工程、工商管理等专业研究生、本科生教科书使用，也可供企业管理人员参考使用。

# <<企业经营管理学>>

## 书籍目录

### 目录

#### 第一章 经营管理概论

##### 第一节 经营管理的内容与特点

##### 第二节 经营思想

##### 第三节 经营目标

##### 第四节 经营战略

#### 第二章 市场分析

##### 第一节 市场的概念和作用

##### 第二节 市场划分

##### 第三节 供求规律和供求弹性

##### 第四节 消费者购买行为

#### 第三章 市场调查与预测

##### 第一节 市场调查

##### 第二节 市场预测

#### 第四章 经营决策

##### 第一节 经营决策概述

##### 第二节 经营决策过程的系统分析

##### 第三节 经营决策方法

#### 第五章 经营计划

##### 第一节 经营计划的意义和原则

##### 第二节 经营计划体系

##### 第三节 长期战略计划

##### 第四节 中期计划

##### 第五节 短期经营计划

##### 第六节 经营计划制订方法

#### 第六章 产品策略

##### 第一节 产品概念及产品生命周期

##### 第二节 新产品开发

##### 第三节 产品组合

##### 第四节 商标与包装

#### 第七章 产品定价

##### 第一节 价格构成与影响价格的因素

##### 第二节 确定订价目标

##### 第三节 订价方法

##### 第四节 订价策略

#### 第八章 营销策略

##### 第一节 销售渠道策略

##### 第二节 广告策略

##### 第三节 人员推销

##### 第四节 营业推广

##### 第五节 公共关系

#### 第九章 经营组织

##### 第一节 组织设计的原则

##### 第二节 企业组织结构的基本形式

##### 第三节 组织系统中经营管理工作的协调

<<企业经营管理学>>

第十章 企业经营形式

第一节 工业企业的承包经营

第二节 工业企业租赁经营

第三节 企业股份制经营

第四节 企业集团与企业兼并

第十一章 国际经营

第一节 企业国际化经营的必然性

第二节 企业国际经营环境

第三节 企业国际经营的计划、组织与控制

第四节 国际经营策略

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>