

<<化工企业管理>>

图书基本信息

书名：<<化工企业管理>>

13位ISBN编号：9787122061027

10位ISBN编号：7122061027

出版时间：2009-8

出版时间：化学工业出版社

作者：许丽红，王宝达 主编

页数：202

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

中职学生要想在竞争日益激烈的就业市场中找到合适的位置并站稳脚跟,除了应具备良好的专业知识和职业技能外,还必须具备相应的综合素质,尤其是应具备对管理科学、社会人文科学等方面的新知识和新理念的接受能力、对环境的适应能力、解决实际问题的能力以及正确的思维方式等,才能适应各行业日新月异的发展要求,为企业做出贡献。

本书编写的目标是使中职学生在具备了企业岗位技能的基础上,熟悉企业的管理环境。作为一名被管理者,要懂得如何与管理者沟通、理解领导的意图,学会服从纪律。使他们建立一定的管理意识、经济观念、效益意识,这既是对企业员工职业性的要求,也是对学生社会适应性的培养,同时提升了学生作为企业未来管理者的素质和能力。通过提高学生的综合素质,培养学生的可持续发展能力,使他们适应社会的不断变化,为未来的职业生涯发展打下坚实的基础。

本书编写过程中注重拓展学生的知识面,注重学生素质的全面发展;教材内容丰富,结构科学合理,力求将比较前沿的管理理论和现实经验深入浅出地呈献给学生,并结合化工企业的具体特点,具有一定的层次性、实用性;编写风格浅显易懂,生动活泼,希望能引起学生的学习兴趣,拓展其思维空间,提高其综合素质。

本教材适用于中职化工类及其他工科类专业学生使用,也适合化工企业及其他企业的在职员工学习参考。

本书第一至第四章、第九章由许丽红编写,第五章、第十一章、第十二章、第十四章由王宝达编写,第六章、第七章、第十三章由侯永生编写,第八章、第十章由王超编写。

在本书编写过程中得到了何小宏、邹燕姍等老师的大力支持,参考了国内外的一些教材与著作,在此一并向有关作者表示深深的谢意。

限于编者水平及掌握的资料有限,书中不足之处在所难免,敬请专家及读者批评指正,以便编者进一步修改和完善。

## <<化工企业管理>>

### 内容概要

本书是供中职学校化工类专业的学生使用的管理类教材。

本书注重一般管理理论与化工行业特点的结合，力求体现化工企业的现代化经营管理的思想和方法。全书分为十四章，其内容包括了企业管理概述、领导与激励、企业组织管理、企业文化、企业人力资源管理、企业决策、产品决策、企业质量管理、企业营销管理、企业财务管理、企业生产管理、企业设备管理、物流管理、环境保护及安全管理。

每章后面都附有形式新颖的复习思考题，以便帮助读者掌握所学知识，拓展其思维空间。

本教材尝试着将比较前沿的管理理论和现实经验深入浅出地呈献给学生，希望能引起学生的学习兴趣，提高对企业的认知程度，增强管理意识，提高分析、解决实际问题的能力，使其具有一定的经济观点和效益意识，提高其综合素质。

本书也可供在职人员培训使用。

## &lt;&lt;化工企业管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 企业管理概述	第一节 企业及企业管理	一、企业的概念及特征	二、企业类型
	三、企业管理的概念及其职能	四、管理的对象	五、企业管理的二重性
	六、影响企业管理的环境因素	第二节 管理实践与管理理论发展	一、中国管理思想的产生
	二、西方管理思想的产生	第三节 企业管理的基本原理与方法	一、企业管理的基本原理
	二、企业管理的基本方法	第四节 现代企业制度	一、现代企业制度的含义
	二、现代企业制度的基本特征	三、现代企业制度的基本体制	第五节 化工企业概述
	一、化工企业的概念	二、化工行业企业管理特点分析	三、我国石油和化学工业发展现状与趋势
	四、石油和化学工业人才需求现状	第二章 领导与激励	第一节 领导
	一、领导的概念及其作用	二、领导者应具备的基本素质	三、领导艺术
	四、领导理论	五、企业领导制度的发展	第二节 激励
	一、激励的概念	二、激励理论	第三章 企业组织管理
	第一节 企业组织管理概述	一、企业组织的含义	二、管理幅度与管理层次对构建组织的影响
	三、集权与分权对构建组织的影响	第二节 企业组织设计	一、企业组织设计的任务
	二、确定组织的原则	三、企业组织管理的作用	四、正式组织与非正式组织管理
	第三节 企业组织结构的形式	一、直线制组织结构形式	二、职能制组织结构形式
	三、直线职能制组织结构形式	四、矩阵制组织结构形式	五、事业部制组织结构形式
	六、超事业部制组织结构形式	第四节 化工企业典型的组织结构形式简介	一、集团公司组织结构形式
	二、股份有限公司	第四章 企业文化	第一节 企业文化概述
	一、企业文化含义及特点	二、企业文化的主要功能	三、培育企业文化的原则和具体措施
	四、企业文化的目标	第二节 企业形象及CIS系统	一、企业形象的含义
	二、CIS系统——企业形象识别系统的构成	三、对CIS的不同理解	四、CIS的历史渊源
	五、CIS的基本功效	六、CIS的运作基础	第五章 企业人力资源管理
	第一节 劳动组织管理	一、化工企业对就业人员的素质要求	二、劳动分工与协作
	三、作业组的组织	四、工作地组织	五、工作轮班的组织
	.....第六章 企业决策	第七章 产品决策	第八章 企业质量管理
	第九章 企业营销管理	第十章 企业财务管理	第十一章 企业生产管理
	第十二章 企业设备管理	第十三章 物流管理	第十四章 环境保护及安全管理
	参考文献		

章节摘录

第一章 企业管理概述 第一节 企业及企业管理 一、企业的概念及特征 1. 企业的概念 目前对企业的概念有多种说法, 不尽统一, 我们认为其核心内容应是我国颁布的《企业法》中所描述的: 企业就是以赢利为目的, 从事生产经营和服务活动的经济组织; 企业是有其自身遵循的经营规律, 具有法人资格, 能自主经营, 独立核算的经济组织。

2. 企业的特征 (1) 企业是法人 企业成立之时, 必须向国家工商行政管理部门申请注册, 经批准后依法建立的企业, 在法律上具有合法的地位和权益, 承担相应的义务和责任。法律将维护其正当的利益, 同时对企业行为进行约束。

一般由企业的厂长、公司的董事长或总经理担任企业的法人代表, 代表企业行使各种相应的权利。  
(2) 企业是一个经济实体 企业是经济实体, 在于其具有生产和服务的实实在在的过程, 在这个过程中, 会消耗各种资源, 最终产出产品或付出劳务。

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>