

<<现代企业管理理论与应用>>

图书基本信息

书名：<<现代企业管理理论与应用>>

13位ISBN编号：9787301216033

10位ISBN编号：7301216033

出版时间：2013-1

出版时间：北京大学出版社

作者：邸彦彪

页数：307

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>

<<现代企业管理理论与应用>>

内容概要

《21世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材：现代企业管理理论与应用（第2版）》以实用性和适用性为着眼点，在适度的理论体系覆盖下，突出现代企业管理的基本概念、基本原理和基本方法，注重理论联系实际，强化分析问题和解决企业管理实际问题能力的训练。

《21世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材：现代企业管理理论与应用（第2版）》中各章前均设有教学目标与要求、导入案例，章后设有小结、习题和案例分析，章节内还有管理故事、相关链接、经典人物和实训练习等内容。

同时，提供与《21世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材：现代企业管理理论与应用（第2版）》配套的电子课件，以备教师在教学中使用。

本书特别适合高等院校应用型本科非管理专业，尤其是工程技术学科使用，也可作为工程硕士和工科硕士研究生选修课教材，还可供企业技术人员和管理人员培训使用。

<<现代企业管理理论与应用>>

书籍目录

第1章 企业与企业管 1.1 企业概述 1.1.1 企业的特点 1.1.2 企业的类型 1.1.3 企业的系统 1.2 企业管 理的性质和内容 1.2.1 企业管 理的概念 1.2.2 企业管 理的性质 1.2.3 企业管 理的内容 1.3 企业管 理理论及发展 1.3.1 古典管 理理论 1.3.2 行为科学理论 1.3.3 现代管 理理论 1.3.4 管 理理论的新发展 本章小结 习题

第2章 企业管 理的职能 2.1 决策 2.1.1 决策的概念 2.1.2 决策的分类 2.1.3 决策的程序 2.1.4 决策的方法 2.2 计划 2.2.1 计划的 作用和类型 2.2.2 计划的程序 2.2.3 计划的组织实 施方法 2.3 组织 2.3.1 组织设计 2.3.2 组织变革与组织文 化 2.4 领导 2.4.1 领导概述 2.4.2 激励 2.4.3 沟通 2.5 控制 2.5.1 控制与控制过程 2.5.2 控制方法 本章小结 习题

第3章 战略管 理 3.1 战略管 理概述 3.1.1 战略管 理的内涵和特征 3.1.2 战略管 理的过程和构成要素 3.2 战略 分析与战略选择 3.2.1 外部环境与内部因素分析 3.2.2 确定企业宗旨和目标 3.2.3 战略选择 3.3 战略实 施与控制 3.3.1 战略实 施 3.3.2 战略控制 本章小结 习题

第4章 营 销管 理 4.1 营 销管 理概述 4.1.1 市场及其分类 4.1.2 营 销管 理的内容 4.1.3 市场细分与目标市场 4.2 市场调 查与预测 4.2.1 市场调 查的类型和程序 4.2.2 市场调 查的内容 4.2.3 市场调 查的方法 4.2.4 市场预测的方法 4.3 营 销策略 4.3.1 产品策略 4.3.2 价格策略 4.3.3 渠道 策略 4.3.4 促销策略 本章小结 习题

第5章 新 产品开 发与技 术管 理 5.1 新 产品开 发管 理 5.1.1 新 产品开 发概 述 5.1.2 新 产品开 发的程 序和策 略 5.2 价值工 程 5.2.1 价值工 程的原理 5.2.2 价值工 程的应用 5.3 技术引 进 5.3.1 技术 与技术引 进 5.3.2 技术引 进的程 序 5.4 技术创 新 5.4.1 技术创 新概述 5.4.2 技术创 新的过程 本章 小结 习题

第6章 生 产管 理 6.1 生 产管 理概述 6.1.1 生 产过程 6.1.2 生 产类型 6.2 生 产组织 6.2.1 空间和时间组 织 6.2.2 流水生 产组织 6.2.3 生 产组织新 技术和新 方法 6.3 生 产作业计 划与网络 计划技术 的应用 6.3.1 生 产作业计 划 6.3.2 网络计 划技术 的应用 本章 小结 习题

第7章 物 资与设 备管 理 7.1 物 资管 理 7.1.1 物 资管 理概 述 7.1.2 物 资消耗定 额 7.1.3 物 资供应计 划 7.1.4 库 存管 理 7.1.5 物 流控制系 统 7.2 设 备管 理 7.2.1 设 备管 理概 述 7.2.2 设 备的选 用和维 修 7.2.3 设 备的更 新和改 造 本章 小结 习题

第8章 质 量管 理 8.1 质 量管 理概述 8.1.1 质 量与质 量管 理 8.1.2 全 面质 量管 理 8.2 质 量体系 与质量 认证 8.2.1 ISO9000 族标准 与质量 体系 8.2.2 质 量审核 与质量 认证 8.3 质 量管 理常用 方法 8.3.1 因 素分析 法 8.3.2 直 方图法 8.3.3 控 制图法 8.3.4 相 关图法 本章 小结 习题

第9章 人 力资源 管 理 9.1 人 力资源 管 理概述 9.1.1 人 力资源 与人力 资源管 理 9.1.2 人 力资源 规 划 9.2 选 聘与培 训管 理 9.2.1 岗 位分析 与岗位 设计 9.2.2 选 聘的程 序与选 聘方法 9.2.3 员 工培训 的原 则和方 法 9.3 绩 效考 评 9.3.1 绩 效考 评的含 义与目 的 9.3.2 绩 效考 核的程 序 9.4 薪 酬管 理 9.4.1 薪 酬管 理概 述 9.4.2 薪 酬体 系 9.4.3 薪 酬水平 与薪酬 调查 本章 小结 习题

第10章 财 务管 理 第11章 技 术经济 分析 参 考文 献

章节摘录

除上述宏观经济总体状况以外，企业还应考虑中央银行和各专业银行的利率水平、劳动力的供给（失业率）、消费者收入水平、价格指数的变化（通货膨胀率）等。这些因素将影响企业的投资决策、订价决策以及人员录用政策等。值得指出的是，从2003年开始，我国中央政府的宏观调控目标主要集中在以下4个方面：国内生产总值的增长速度；物价总水平；城镇失业率或就业水平；国际收支平衡状态。

（3）社会文化环境因素。

社会文化因素是指一定时期整个社会发展的一般状况，主要包括社会道德风尚、文化传统、人口变动趋势、文化教育、价值观念和社会结构等。

社会阶层通常指在一个社会中存在着相对持久的和类似的人的组合。

在一个阶层，个人和家庭具有大致相同的价值观、生活方式、兴趣和行为规范。

一般依据一个人的职业、收入来源和教育水平来决定一个人属于哪一个社会阶层。

一个清洁工与一个文艺工作者的收入或许相同，但由于职业不同，两个人的消费特点就不同。

划分社会阶层可以更准确地判断和测定消费者的购买意向和购买行为。

文化通常特指人类创造的精神财富，它包括文学、艺术、教育、科学等，是人们的价值观、思想、态度等的综合体。

文化因素的确立影响着人们的购买决策和企业的教育行为。

不同的国家有着不同的文化传统，因而也有着不同的亚文化群、社会习俗和道德观念，从而会影响人们的消费方式和购买偏好。

企业若要通过文化因素分析市场，必须了解行为准则、社会习俗和道德态度这些文化因素，并对它们加以分析。

此外，生活方式的演变，消费者保护运动的开展等，也是构成社会文化环境的重要组成部分。

（4）技术因素。

技术因素不但指那些引起时代革命性变化的发明，而且还包括与企业生产有关的新技术、新工艺、新材料的出现，发展趋势及应用前景。

技术的变革在为企业提供机遇的同时，也对它构成了威胁。

因此，技术力量主要从两个方面影响企业战略的选择。

.....

<<现代企业管理理论与应用>>

编辑推荐

《21世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材：现代企业管理理论与应用（第2版）》具有以下特点：
传承创新：秉承了第1版的编写特色，吸纳当前最新理论、最新教改成果以及使用院校的宝贵意见，并遵循最新发布的各项准则、规范。

科学实用：注重专业知识和操作技能，并培养学生的实践能力。

案例教学：融入了最新的实例以及操作性较强的案例，并对实例进行有效地分析，着重培养学生的职业意识和职业能力。

人文融入：将人文知识融入理论讲解，提高学生人文素养。

学生为本：站在学生角度思考问题，考虑学生学习的动力，强调锻炼学生的思维能力以及运用知识解决问题的能力。

《21世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材：现代企业管理理论与应用（第2版）》详述现代企业管理理论基本知识；案例全面新颖注重学生阅读兴趣；强化分析问题和解决问题的能力。

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>