

<<现代企业管理>>

图书基本信息

书名：<<现代企业管理>>

13位ISBN编号：9787302195986

10位ISBN编号：7302195986

出版时间：2009-3

出版时间：清华大学出版社

作者：袁竹，王菁华 主编

页数：334

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

企业是现代社会生产力的基本组织形式，是国民经济的“细胞”，是市场经济体制下从事生产、流通、服务等经济活动的主体。

企业要面向市场，了解和掌握市场需求，按照市场需要组织产品研发、设计、加工、制造、装配、进货、销售等经营活动。

企业只有积极主动地适应市场需求，满足用户的要求，让用户放心满意，才能赢得用户的青睐，获得用户的好评，从而提高市场竞争力，提高市场占有率，才能获得生存和发展的机会，把企业做强做大。

企业管理的目的是使企业人力、物力、财力资源得到优化配置，能够以最小的投入获得最大的产出，即在生产经营活动中，通过科学管理，实现成本低、费用省、效率高、效益好的最佳效果。

企业管理的对象就是企业各项资源以及生产经营活动的全过程。

在企业管理活动中，必须牢牢把握科学发展观。

在企业管理中贯彻科学发展观，就是要按照客观经济规律办事，要实事求是，认真研究市场需求变化，掌握变化趋势，掌握经济活动的主动权，从而抓住市场机遇，有效地降低和化解市场风险。

2008年由美国次贷危机引发的金融风暴席卷全球，这次危机超过了历史上任何一次经济危机，不仅美国、欧盟、日本、韩国、加拿大、冰岛等发达国家遭受了重创，中国、印度、巴西等新兴经济国家也面临着空前的压力。

从10月份开始，中国的GDP增长速度开始下滑，许多中小企业，特别是产品向欧美国家出口的企业，其出口订单大量减少，开工严重不足，经济效益大幅度下降，甚至严重亏损，企业裁员数量和劳动者失业率增加。

世界各国政府和领导人纷纷采取救市措施，如降低存贷款利率、银行准备金利率、税率等，通过货币手段和增加政府财政投入等办法，来挽救经济颓势。

面临困境，一些企业并没有消极被动地等待，而是加强管理，加大科技开发的力度，不断提高产品的科技含量，提高产品质量，开发国内市场和俄罗斯、非洲、拉丁美洲、东南亚、东盟等国家和地区的新市场。

这些企业不仅没有遭受损害，反而抓住了机遇，取得了成功，增加了销售量、销售收入和利润，比以往有了更大的发展空间。

这说明，金融危机是坏事，但在一定条件下也能变为好事。

它可以淘汰素质低下的企业，也为经济结构调整，保留优势企业提供了机遇。

企业经营管理者必须苦练内功，从加强科学管理入手，夯实基础，不断提高经营管理水平，提高决策水平，增强市场预见性，才能增强企业实力和抗击市场风险的能力。

<<现代企业管理>>

内容概要

现代企业管理理论不仅是促进我国经济发展与企业发展的必要工具，也是高等学校学生素质教育的重要组成部分。

本书分为综合管理篇、资源管理篇、生产管理篇、营销管理篇，共十二章内容，主要包括企业基础知识概述、企业文化、人力资源管理、财力资源管理、物力资源管理、信息资源管理、生产运作管理、质量管理、物流管理、技术创新管理、品牌管理和客户关系管理等，基本涵盖了企业经营管理的全过程。

本书不仅可作为应用型高等院校相关专业学生的教材，也适合各类企业的经营管理者学习和培训使用。

<<现代企业管理>>

书籍目录

综合管理篇	第一章 企业管理概述	第一节 企业与企业类型	第二节 现代企业制度	第三节
经营管理与经营机制	第二章 企业文化	第一节 企业文化概述	第二节 企业文化建设	第
三节 企业形象	资源管理篇	第三章 人力资源管理	第一节 企业家的培育	第二节 员工队伍建
设	第三节 企业工资管理	第四章 财力资源管理	第一节 资金管理	第二节 成本费用管理
	第三节 利润管理	第五章 物力资源管理	第一节 物资管理	第二节 设备管理
企业用地与建筑物管理	第六章 信息资源管理	第一节 信息资源概述	第二节 企业管理信息系	统
统	第三节 信息化绩效评价	生产管理篇	第七章 生产管理	第一节 生产过程
布置	第三节 生产能力与生产计划	第四节 现代生产方式	第八章 质量管理	第一节 质量
与质量标准	第二节 质量管理与质量认证	第三节 全面质量管理	第九章 物流管理	第一
物流概述	第二节 物流的功能	第三节 物流管理的内容	第十章 技术管理	第一节 技术
技术管理	第二节 技术开发与转让	第三节 技术创新及引进	第四节 技术咨询与技术服务	
	第五节 知识产权的保护	营销管理篇	第十一章 品牌管理	第一节 品牌的意义
资产的构成	第三节 品牌经营的策略选择	第四节 品牌管理方法与技术	第十二章 客户关系管	理
理	第一节 客户关系管理的核心思想	第二节 客户关系管理的功能与内容	第三节 客户关	系
管理系统的运营	第四节 客户关系管理系统的技术组成	第五节 客户关系管理的实施	参考文献	

章节摘录

第一章 企业管理概述企业是社会经济系统的基本单位。

从社会发展的历史进程来看，企业的产生晚于管理。

随着人类社会的不断进步，管理在企业经营中的作用越来越重要，并在丰富的管理实践基础上，形成了现代企业制度。

而良好的企业经营机制结合现代企业制度运用到企业管理中，进一步优化了企业的资源配置，提高了企业的整体绩效。

第一节 企业与企业类型一、企业的概念通常所说的企业，是指从事生产、流通、服务等经济活动，依法成立，自主经营，独立享受权利和承担义务的法人型或非法人型经济组织。

作为一个企业，必须具备以下一些基本的要素：（1）拥有一定数量、一定技术水平的生产设备和资金；（2）具有开展一定生产规模和经营活动的场所；（3）具有一定技能、一定数量的生产者和经营管理者；（4）从事社会商品的生产、流通、服务等经济活动；（5）独立核算，自主经营，自负盈亏，自我约束，自我发展；（6）生产经营活动的目的是获取利润。

<<现代企业管理>>

编辑推荐

《现代企业管理》突出应用型特色，内容安排上体现“应用、实用、适用”的教学要求，致力于培养高层次应用型人才的创新精神和实践能力。

突出现代性，在内容选择上力求吸收国内外管理的新思想、新理论和新经验，及时把握企业管理理论与实践的发展方向。

结构体系完整，按照企业管理的流程和重点，对经营要素（各种资源）以及活动过程（企业内部的生产过程和企业外部的市场营销过程）进行阐述。

教学资源丰富，可提供免费的电子课件，并配有专门的案例教材。

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>