

<<现代企业管理学>>

图书基本信息

书名：<<现代企业管理学>>

13位ISBN编号：9787302260776

10位ISBN编号：730226077X

出版时间：2011-9

出版时间：清华大学出版社

作者：徐盛华，林业霖 编著

页数：406

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>

<<现代企业管理学>>

内容概要

徐盛华、林业霖编著的《现代企业管理学(第2版)》在内容上坚持理论与实际相结合，在体系结构和内容上有所创新和突破，以求为现代企业管理理论做出一份贡献。

本书分为四篇，共二十一章：第一篇为企业战略管理篇，主要阐述如何制定企业发展战略目标；第二篇为企业高级管理篇，主要阐述管理的职能（决策、计划、组织、领导、控制等），就高级管理层如何落实企业发展目标作了阐述；第三篇为企业专业管理篇，阐述企业各职能部门的管理工作，按职能部门具体落实企业发展目标的管理工作加以阐述；第四篇为企业现场管理篇，阐述生产现场的管理工作，从而提高生产效率和企业效益。

本书从四个层面全方位地对企业管理理论、内容进行编写，从而使企业管理工作上了一个台阶。

《现代企业管理学(第2版)》既可作为管理类专业本科生、在职管理类研究生的教材，也可供企业管理人员学习参考。

书籍目录

第一篇 企业战略管理篇

第一章 企业战略管理概论

第一节 企业战略管理的概念及特征

第二节 企业战略管理的基本内容

第三节 企业战略目标的确定

第四节 企业战略管理的意义

本章小结

第二章 企业外部环境分析

第一节 企业所处的一般社会环境要素分析

第二节 企业所处的行业结构分析

第三节 企业竞争态势分析

第四节 企业外部环境分析方法简介

本章小结

第三章 企业内部环境分析

第一节 企业内部关键战略要素构成

第二节 企业内部资源条件分析

第三节 企业内部文化分析

第四节 企业内部环境分析方法

本章小结

第四章 竞争战略的选择与企业的竞争地位

第一节 企业竞争战略概念及内容

第二节 企业竞争优势与劣势分析

第三节 企业的竞争地位的确立

第四节 企业竞争战略的选择

本章小结

第五章 企业目标市场与营销战略

第一节 市场的概念及其构成

第二节 市场细分化的概念及内容

第三节 企业目标市场的战略

第四节 企业营销战略

本章小结

第六章 企业总体战略的选择

第一节 企业扩张战略的概念及内容

第二节 企业收缩战略的概念及内容

第三节 企业稳健战略的概念及内容

第四节 企业生存与发展战略的确立

本章小结

第七章 企业社会责任

第一节 企业社会责任的概念

第二节 企业社会责任的理论

第三节 企业社会责任的发展趋势

第四节 企业社会责任在中国的发展

本章小结

案例一 服务：IBM公司文化的卓越追求

案例二 格兰仕微波炉的战略

<<现代企业管理学>>

第二篇 企业高级管理篇

第八章 企业决策管理

- 第一节 企业决策概论
- 第二节 企业决策的过程
- 第三节 企业群体决策
- 第四节 企业决策技术

本章小结

第九章 企业计划与控制管理

- 第一节 企业计划的内容与编制
- 第二节 企业目标管理
- 第三节 企业控制过程
- 第四节 企业现代计划方法简介

本章小结

第十章 企业组织设置与优化

- 第一节 企业的组织机构存在的基础
- 第二节 企业组织结构类型
- 第三节 企业组织设计的权变因素
- 第四节 企业改革

本章小结

第十一章 企业管理者

- 第一节 企业管理者简介
- 第二节 企业管理者有效的管理方法
- 第三节 企业管理的激励功能
- 第四节 企业管理者的沟通职能

本章小结

案例三 福特汽车公司的企业组织结构

案例四 科利华与《学习的革命》

第三篇 企业专业管理篇

第十二章 企业销售管理

- 第一节 市场调查与分析
- 第二节 市场预测
- 第三节 营销策略
- 第四节 销售服务

本章小结

第十三章 企业生产管理

- 第一节 企业生产能力的核定
- 第二节 企业生产过程的组织
- 第三节 企业生产计划与作业控制

本章小结

第十四章 企业财务管理

- 第一节 企业财务管理简介
- 第二节 企业筹资管理
- 第三节 企业成本、费用和利润管理
- 第四节 企业投资管理

本章小结

第十五章 企业人力资源管理

- 第一节 企业人力资源的组织

<<现代企业管理学>>

第二节 企业人力资源的开发

第三节 企业的“四定”管理

第四节 绩效考核

第五节 劳动收入的管理

本章小结

第十六章 企业技术开发管理

第一节 企业技术开发信息资源管理

第二节 技术研究管理

第三节 产品开发管理

第四节 技术转移与保护

本章小结

案例五 ××企业的市场需求预测

案例六“泰利诺”的危机公关

第四篇 企业现场管理篇

第十七章 生产现场的作业管理

第一节 作业研究

第二节 动作分析

第三节 时间分析

第四节 模特法

本章小结

第十八章 物流管理

第一节 物流管理的概念及内容

第二节 在制品管理

第三节 搬运管理

第四节 库存管理

本章小结

第十九章 现场环境管理

第一节“5S”活动

第二节 现场设备的管理

第三节 现场目视管理

第四节 工作场地文明建设

本章小结

第二十章 生产现场质量与成本控制

第一节 现场质量控制方法

第二节 现场质量保证体系建设

第三节 现场成本控制的方法

第四节 现场成本控制的系统建设

本章小结

第二十一章 班组建设

第一节 优化劳动组织结构

第二节 班组建设的内容

第三节 班组建设的形式

第四节 班组岗位责任制的建设

本章小结

案例七 上海金陵无线电厂积极推行“模特法”

参考文献

章节摘录

版权页：插图：（1）战略是一种计划。

作为计划的战略有两种含义：一方面，战略是有意识地开发出来的，是设计出来的、明确的，一般情况下还应该是公开的；另一方面，战略是行动前制定的，供决策者在行动中使用的。

正如冯·纽曼在博弈论中指出的那样：战略是一种全面的计划，是一种说明计划人员在每一种可能的情况下作出选择的计划。

这种计划越周详、越全面，将未来可能发生的情况考虑得越详细，计划实现的可能性就越大，把握计划目标的结果也越准确。

在企业的运作实际中，作为计划的战略表现为企业面向未来，设定目标，制定战略方案，然后执行战略方案。

（2）战略是一种计策。

作为计策的战略是指在特定的环境下，企业把战略作为威胁和战胜竞争对手的一种手段，一种战略优势。

在土地革命战争时期，毛泽东同志曾经提出的“敌进我退，敌驻我扰，敌疲我打，敌退我追”的十六字方针，其实就是对战略的一种计策的真实写照。

在企业的运作实际中，与竞争对手针锋相对地进行竞争，任何一个竞争对手的重大战略行动，如技术创新、产品换代、管理改革、降低价格等，都会产生一连串的连动效应，进而改变市场的或行业的竞争格局。

作为计策的战略就是要在行动前充分考虑对手可能的改革，在行动中采取先发制人的战略行动。

（3）作为一种计策，战略表现是一种模式。

作为模式的战略是指战略不仅可以是行动前制定的，即是由人们有意识地设计出来的，且可以是人们行为的结果。

明茨伯格提出战略是一种模式的定义用于说明战略执行结果的行为，战略体现为从战略的提出直到战略完成为止的一系列行为。

根据这一观点，战略可以看作是一种行为流，作为计划的战略是行动前的战略，而作为模式的战略是已实现的战略，两者之间是战略的实施过程，在战略的实施过程中还会有事前没有设计的自发产生的战略被执行，也还会有事前计划过而没有被执行或虽然被执行却没有结果的战略，因而战略是一种动态的过程。

在实际运作中，企业战略模式表现为企业面对历史，总结经验，去粗取精，扬长避短，提出企业发展与运作模式。

<<现代企业管理学>>

编辑推荐

《现代企业管理学(第2版)》能力性。

内容的安排上,无论是企业管理的整体过程研究,还是各种管理职能的研究,均围绕着一个主题,即培养学生从事企业管理的能力。

前沿性。

《现代企业管理学(第2版)》研究与借鉴了国内外企业管理理论研究的最新成果,具有时代性与前沿性。

全面性。

该书体系完善,既有对管理理论、原理的扼要阐述,又有大公司管理案例的阐述,理论与实践结合紧密。

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>