

<<企业管理概论>>

图书基本信息

书名：<<企业管理概论>>

13位ISBN编号：9787307046955

10位ISBN编号：7307046954

出版时间：2005-1

出版时间：武汉大学出版社

作者：刘仲康

页数：472

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

21世纪是一个变幻莫测的世纪，是一个催人奋进的时代。

科学技术飞速发展，知识更替日新月异。

希望、困惑、机遇、挑战，随时随地都有可能出现在每一个社会成员的生活之中。

抓住机遇、寻求发展、迎接挑战、适应变化的制胜法宝就是学习——依靠自己学习，终身学习。

作为我国高等教育组成部分的自学考试，其职责就是在高等教育这个水平上，倡导自学、鼓励自学、帮助自学、推动自学，为每一个自学者铺就成才之路。

组织编写供读者学习的教材就是履行这个职责的重要环节。

毫无疑问，这种教材应当适合自学，应当有利于学习者掌握和了解新知识、新信息，有利于学习者增强创新意识、培养实践能力，形成自学能力，也有利于学习者学以致用，解决实际工作中所遇到的问题。

具有如此特点的书，我们虽然沿用了“教材”这个概念，但它与那种仅供教师讲、学生听，教师不讲、学生不懂，以“教”为中心的教科书相比，已经在内容安排、形式体例、行文风格等方面都大不相同了。

希望读者对此有所了解，以便从一开始就树立起依靠自己学习的坚定信念，不断探索适合自己的学习方法，充分利用已有的知识基础和实际工作经验，最大限度地发挥自己的潜能达到学习的目标。

欢迎读者提出意见和建议。

祝每一位读者自学成功。

<<企业管理概论>>

内容概要

21世纪是一个变幻莫测的世纪，是一个催人奋进的时代。
科学技术飞速发展，知识更替日新月异。
希望、困惑、机遇、挑战，随时随地都有可能出现在每一个社会成员的生活之中。
抓住机遇、寻求发展、迎接挑战、适应变化的制胜法宝就是学习——依靠自己学习，终身学习。

<<企业管理概论>>

书籍目录

第一编 企业及其管理总论第一章 对企业的基本认识第一节 企业的概念与类型第二节 企业组织形式的多样化第三节 市场化的企业经营方式第二章 企业管理的基本理论与一般方法第一节 企业管理的二重性第二节 企业管理的职能、任务和内容第三节 企业管理的方法和一般方法第四节 企业管理理论的新发展第二编 企业组织、文化与人力资源管理第三章 企业组织结构与设计第一节 公司制企业的法人治理结构第二节 企业组织设计与组织结构的基本形式第三节 企业组织变革第四章 企业文化建设第一节 企业文化及其特点与功能第二节 企业文化的形成机制与建设第三节 企业文化建设与思想政治工作相结合第五章 人力资源管理第一节 人力资源管理及其内容与特点第二节 人员招聘与使用第三节 人员培训与开发第四节 工资分配制度第三编 企业战略管理第六章 企业战略管理概述第一节 企业经营战略的产生、特点及其重要性第二节 经营战略理论的形成及其发展第三节 企业战略的层次体系和内容体系第四节 企业战略管理过程第七章 企业战略环境调研第一节 企业外部环境调研第二节 企业内部环境调研第三节 企业战略环境综合分析第八章 企业经营战略决策第一节 企业使命和战略目标决策第二节 企业总体战略决策第三节 企业经营单位战略决策第四节 企业职能战略决策第五节 战略决策的科学化与民主化第四编 企业专业管理第九章 企业技术开发与价值工程第一节 企业技术开发及其管理第二节 技术评价与技术成果的推广应用第三节 价值工程原理与方法第十章 生产管理第一节 生产组织工作第二节 劳动组织与劳动定额管理第三节 生产计划与生产作业控制第四节 库存控制与供应链管理第五节 设备综合管理第六节 生产运作管理的新方式第十一章 全面质量管理与质量管理体系第一节 产品质量与全面质量管理第二节 质量管理体系第三节 质量管理原则与质量标准第四节 质量体系认证第十二章 市场营销与市场开拓第一节 市场营销工作的性质和内容第二节 市场营销观念第三节 市场细分和市场选择第四节 市场开拓及其新谋略第十三章 市场营销战略第一节 市场营销组合战略第二节 品牌战略与名牌战略第三节 国际市场营销战略第十四章 企业财务管理第一节 企业筹资及其管理第二节 企业投资及其管理第三节 企业资产管理与资本经营第四节 企业财务分析第十五章 成本与费用管理第一节 成本与费用管理的作用和内容第二节 成本与费用管理的基本要求第三节 成本与费用的预测和计划第四节 成本与费用的控制第五编 企业管理基础工作第十六章 企业管理基础工作第一节 企业管理基础工作的特点、作用与要求第二节 企业管理基础工作的主要内容与方法第三节 企业管理基础工作新兴领域的探索后记附录 企业管理概论自学考试大纲

章节摘录

企业是管理的对象，因此，对企业有一个基本的了解和正确的认识，是学习以及从事企业管理所必需的。

改革开放以来，随着经济体制转型，我国企业的性质、类型、结构、职能等发生了一系列重大变化，相应地，企业管理也发生了全面而深刻的变革。

本章将结合我国经济体制改革实践，阐述企业的科学内涵、系统结构、组织形式和经营方式等基本问题，为以后各章全面展开管理理论与方法的论述奠定基础。

第一节企业的概念与类型 一、企业的概念 企业是商品经济发展到资本主义阶段，机器大工业代替了工厂手工业之后才产生并逐步发展起来的。

企业从其诞生到现在一直处于不断发展之中，具体形态也变得越来越丰富多样，但就其本质而言，它始终是从事商品生产和经营的经济组织。

因此，从这个角度说，企业是指适应市场需要以获取盈利，实行自主经营、自负盈亏，依法独立享有民事权利并承担民事责任的商品生产和经营组织。

这一概念有以下几点含义： 第一，企业是以市场为导向、以盈利为主要目的，从事商品生产和经营的经济组织。

这就是说，只有那些从事商品生产和经营的经济组织，才可能是企业。

企业为社会提供的商品，必须通过市场交换，才能使生产商品所耗费的个别劳动被社会所承认。

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>