

<<企业管理学>>

图书基本信息

书名：<<企业管理学>>

13位ISBN编号：9787801184368

10位ISBN编号：780118436X

出版时间：1999-06

出版时间：经济管理出版社

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>

<<企业管理学>>

书籍目录

目录

- 第一篇 管理理论篇
 - 第一章 企业管理概论
 - 第一节 企业的概念、类型和素质
 - 第二节 企业管理的概念、性质和职能
 - 第三节 企业管理的研究方法
 - 第二章 西方企业管理理论的发展
 - 第一节 传统管理思想的形成
 - 第二节 科学管理理论的产生
 - 第三节 行为科学理论的创建
 - 第四节 现代管理理论的发展
 - 第三章 现代企业制度
 - 第一节 现代企业制度的概念与特征
 - 第二节 现代企业制度的基本内容
 - 第三节 现代企业制度的环境保证
 - 第四章 企业领导与组织
 - 第一节 企业领导制度
 - 第二节 现代企业家的素质
 - 第三节 现代企业组织
 - 第五章 企业文化
 - 第一节 企业文化的概念与特点
 - 第二节 企业文化的内容和功能
 - 第三节 企业文化的建设
- 第二篇 经营战略篇
 - 第六章 企业经营环境与经营能力
 - 第一节 企业经营环境
 - 第二节 企业经营能力
 - 第七章 市场调查与预测
 - 第一节 市场调查概述
 - 第二节 市场调查方法
 - 第三节 市场调查技巧
 - 第四节 市场预测概述
 - 第五节 市场预测方法
 - 第八章 企业经营决策
 - 第一节 企业经营决策概述
 - 第二节 盈亏平衡分析法
 - 第三节 风险型决策
 - 第四节 序列决策
 - 第五节 不确定型决策
 - 第九章 企业经营计划
 - 第一节 企业经营计划的内容与编制
 - 第二节 企业经营计划的目标管理
 - 第十章 经营战略
 - 第一节 经营战略类型
 - 第二节 经营战略要素

<<企业管理学>>

- 第三节 经营分战略
- 第四节 企业经营战略的实施和控制
- 第三篇 营销策略篇
- 第十一章 产品策略
- 第一节 产品与产品生命周期
- 第二节 产品组合策略
- 第三节 商标策略
- 第四节 包装策略
- 第五节 服务策略
- 第十二章 定价策略
- 第一节 企业定价目标
- 第二节 企业定价的基本方法
- 第三节 企业定价策略
- 第四节 企业定价技巧
- 第十三章 分销渠道策略
- 第一节 分销渠道模式
- 第二节 中间商的种类和作用
- 第三节 分销渠道的选择
- 第四节 分销渠道的管理和改进
- 第五节 分销渠道的发展
- 第十四章 促销策略
- 第一节 广告
- 第二节 公共关系
- 第三节 营业推广
- 第四节 人员推销
- 第四篇 生产管理篇
- 第十五章 生产组织
- 第一节 生产过程组织
- 第二节 生产过程的空间组织
- 第三节 生产过程的时间组织
- 第四节 流水生产组织和成组技术
- 第十六章 生产计划
- 第一节 生产计划
- 第二节 生产作业计划
- 第十七章 网络计划技术
- 第一节 网络计划技术的概念
- 第二节 网络图
- 第三节 网络时间的计算
- 第四节 网络计划的优化
- 第十八章 企业人力资源管理
- 第一节 企业人力资源管理概述
- 第二节 劳动定额与定员
- 第三节 人员的使用及考核
- 第四节 劳动报酬
- 第十九章 物资管理
- 第一节 物资管理的概述
- 第二节 物资消耗定额

<<企业管理学>>

第三节 物资储备管理

第四节 物资供应计划

第五节 物资采购和仓库管理

第二十章 设备管理

第一节 设备管理的内容

第二节 设备的合理使用与维护保养

第三节 设备的检查和修理

第四节 设备的改造与更新

第二十一章 质量管理

第一节 质量管理及其发展

第二节 全面质量管理和质量保证体系

第三节 质量管理的基本方法

第四节 质量成本控制

第五节 ISO9000系列标准

后记

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>