

<<工商管理高级教程(1-4)>>

图书基本信息

书名：<<工商管理高级教程(1-4)>>

13位ISBN编号：9787801470171

10位ISBN编号：7801470176

出版时间：1998-03

出版时间：企业管理出版

作者：甘华鸣

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>

<<工商管理高级教程（1-4）>>

内容概要

内容简介

本书从中国企业管理的实际需要出发，按照《“九五”期间全国企业管理人员培训纲要》的基本要求，借鉴发达国家工商管理硕士（MBA）的培训内容，依据欧美最权威、最通行的教科书，囊括最普遍、最实用的知识，系统介绍欧美MBA必修核心课程，准确阐述MBA必须牢固掌握的工商管理精髓要义，侧重于把成熟的管理技术和管理规范变成现实的经营管理能力，对全面提高企业家的经营管理水平大有益处。

<<工商管理高级教程 (1-4) >>

书籍目录

工商管理高级教程

MBA必修核心课程

总目录

引言 工商管理的基础概念

第一编 经营战略

第一篇 经营战略管理导论

第一章 经营战略管理

第二章 建立企业目标

第三章 识别战略方案

第四章 战略选择

第二篇 竞争战略：一般性分析技术

第五章 竞争战略概述

第六章 行业的结构分析

第七章 一般性竞争战略

第八章 竞争者分析的结构

第九章 市场信号

第十章 竞争行动

第十一章 针对买方和供应商的战略

第十二章 行业内的结构分析

第十三章 行业演变

第三篇 竞争优势的原则

第十四章 价值链和竞争优势

第十五章 成本优势

第十六章 差异化

第十七章 技术与竞争优势

第十八章 对竞争者的选择

第四篇 进攻性和防御性竞争战略

第十九章 行业图景与不确定条件下的竞争战略

第二十章 防御战略

第二十一章 向行业领先者进攻

第二编 新产品开发

第一篇 开发管理导论

第一章 开发管理

第二章 创新

第二篇 战略

第三章 新产品战略计划：产品创新大纲

第四章 战略过程和管理

第三篇 概念形成

第五章 概念形成：创造性过程和创造性人才

第六章 新产品概念形成过程

第七章 新产品构思的收集和处理

第四篇 评价

第八章 概念评价系统

第九章 评价工具：大纲和预选

第十章 评价工具：筛选与原型测试

<<工商管理高级教程 (1-4) >>

- 第十一章 评价工具：产品使用测试
- 第十二章 评价工具：试销
- 第十三章 经济分析
- 第五篇 商业化
- 第十四章 商业化：投放前控制
- 第十五章 商业化：投放周期
- 第十六章 商业化：新产品营销计划
- 第十七章 商业化：营销手段
- 第十八章 商业化中的投放控制及特殊领域
- 第三编 市场营销
- 第一篇 营销管理导论
- 第一章 市场营销在企业中的作用
- 第二篇 市场结构和行为分析
- 第二章 市场营销环境
- 第三章 消费者市场和购买行为
- 第四章 组织市场和购买行为
- 第三篇 调查研究和选择营销机会
- 第五章 市场调查和预测
- 第六章 市场细分、选择目标市场和确定产品的市场地位
- 第四篇 制定市场营销战略
- 第七章 营销计划制定过程
- 第五篇 营销策略的规划
- 第八章 产品、品牌、包装工作和服务决策
- 第九章 定价决策
- 第十章 营销渠道决策
- 第十一章 零售、批发和实物分销决策
- 第十二章 沟通和促销组合决策
- 第十三章 广告决策
- 第十四章 促销活动和公共宣传决策
- 第十五章 推销管理与人员推销决策
- 第六篇 营销活动的实施与控制
- 第十六章 营销组织和执行
- 第十七章 市场营销控制
- 第四编 生产作业
- 第一篇 生产管理导论
- 第一章 生产管理
- 第二章 决策和生产职能
- 第三章 系统概念
- 第二篇 分析方法
- 第四章 生产和业务管理的分析方法
- 第五章 决策的成本数据
- 第六章 资本成本和投资标准
- 第三篇 生产系统建立的设计
- 第七章 生产设计和生产过程
- 第八章 过程规划
- 第九章 建厂地区规划
- 第十章 物质设备布置

<<工商管理高级教程 (1-4) >>

- 第十一章 作业设计与人 机系统
- 第十二章 生产标准与劳动测定
- 第四篇 生产系统运行的计划和控制
- 第十三章 生产 储存系统
- 第十四章 预测和库存
- 第十五章 总体计划和方案
- 第十六章 大量生产系统的进度安排和控制
- 第十七章 间断生产系统的进度计划和控制
- 第十八章 大规模工程项目的计划、进度安排和控制
- 第十九章 质量控制
- 第二十章 生产和业务管理综述
- 第五编 理财：资金筹 措与使用
- 第一篇 财务管理导论
- 第一章 财务职能
- 第二章 财务报表
- 第三章 财务环境
- 第四章 税收环境
- 第二篇 财务决策中的时间尺度
- 第五章 货币的时间价值
- 第六章 资本预算方法
- 第七章 市场如何决定贴现率
- 第三篇 财务分析、计划和控制
- 第八章 财务比率分析
- 第九章 财务分析和控制
- 第十章 财务预测
- 第四篇 营运资本管理
- 第十一章 营运资本政策
- 第十二章 现金和有价值证券管理
- 第十三章 存货管理
- 第十四章 信贷管理及政策
- 第十五章 短期融资
- 第五篇 资本成本和评价
- 第十六章 财务结构和杠杆作用
- 第十七章 资本结构与资本成本
- 第十八章 股息政策
- 第十九章 评价
- 第六篇 财务政策的确定
- 第二十章 外部融资：机构及其行为
- 第二十一章 普通股融资
- 第二十二章 债券和优先股
- 第六编 人力资源：组织和人事
- 第一篇 组织人事导论
- 第一章 组织人事学概论
- 第二篇 个体过程
- 第二章 个性和感知
- 第三章 学习和强化
- 第四章 处理管理问题的风格

<<工商管理高级教程 (1-4) >>

- 第五章 个体沟通
- 第三篇 群体过程
- 第六章 群体内部的动态特征
- 第七章 群体之间的动态特征
- 第四篇 组织过程
- 第八章 工作设计
- 第九章 组织设计
- 第五篇 个体、群体及组织过程
- 第十章 激励
- 第十一章 领导过程
- 第十二章 权力与政策
- 第十三章 冲突过程
- 第十四章 工作压力
- 第六篇 人员配备
- 第十五章 人员配备的性质和目的
- 第十六章 主管人员的选拔
- 第十七章 主管人员的考评
- 第十八章 主管人员的培养
- 第七编 管理方法：计划，控制，决策
- 第一篇 管理基础导论
- 第一章 为什么要管理
- 第二章 管理是一门科学还是一种艺术
- 第三章 对管理理论和方法技术的需要
- 第四章 随机制宜的管理
- 第五章 管理工作需要系统方法
- 第六章 经营管理的系统方法
- 第二篇 计划
- 第七章 计划工作的性质和目的
- 第八章 目标管理
- 第九章 确定前提条件
- 第十章 决策
- 第十一章 战略和政策
- 第十二章 使计划工作富有成效
- 第十三章 计划的主要原则小结
- 第十四章 案例
- 第三篇 控制
- 第十五章 控制系统与控制过程
- 第十六章 控制技术
- 第十七章 工作成效的全面控制
- 第十八章 直接控制：确保有效的管理
- 第十九章 控制的主要原则小结
- 第二十章 案例
- 第四篇 决策
- 引言
- 第一分篇 决策（一）：独立决策
- 导语
- 第二十一章 信息充足的独立决策

<<工商管理高级教程 (1-4) >>

第二十二章 信息不充足的独立决策

第二分篇 决策 (二) : 互动决策

导语

第二十三章 信息充足的互动决策 (一) : 对抗

第二十四章 信息充足的互动决策 (二) : 补偿

第二十五章 信息充足的互动决策 (三) : 非补偿

第二十六章 信息充足的互动决策 (四) : 非合作

第二十七章 信息不充足的互动决策 : 决策原则

附录 工商管理高级教程

学习大纲

引言 工商管理的基础概念

第一单元 经营战略

第一篇 经营战略管理导论

第二篇 竞争战略 : 一般性分析技术

第三篇 竞争优势的原则

第四篇 进攻性和防御性竞争战略

第二单元 新产品开发

第一篇 开发管理导论

第二篇 战略

第三篇 概念形成

第四篇 评价

第五篇 商业化

第三单元 市场营销

第一篇 营销管理导论

第二篇 市场结构和行为分析

第三篇 调查研究和选择营销机会

第四篇 制定市场营销战略

第五篇 营销策略的规划工作

第六篇 营销活动的实施与控制

第四单元 生产作业

第一篇 生产管理导论

第二篇 分析方法

第三篇 生产系统建立的设计

第四篇 生产系统运行的计划和控制

第五单元 理财 : 资金筹措与使用

第一篇 财务管理导论

第二篇 财务决策中的时间尺度

第三篇 财务分析、计划和控制

第四篇 营运资本管理

第五篇 资本成本和评价

第六篇 财务政策的确定

第六单元 人力资源 : 组织和人事

第一篇 组织人事导论

第二篇 个体过程

第三篇 群体过程

第四篇 组织过程

第五篇 个体、群体及组织过程

<<工商管理高级教程 (1-4) >>

第六篇 人员配备

第七单元 管理方法：计划，控制，决策

第一篇 管理基础导论

第二篇 计划

第三篇 控制

第四篇 决策

第一分篇 决策（一）：独立决策

第二分篇 决策（二）：互动决策

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>