

<<经营管理学基础>>

图书基本信息

书名：<<经营管理学基础>>

13位ISBN编号：9787810456548

10位ISBN编号：7810456547

出版时间：2000-01

出版时间：北京理工大学出版社

作者：李嘉友

页数：397

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>

<<经营管理学基础>>

内容概要

本书深入浅出地阐述了有关经营管理的基本知识、各种理论、方法与制度。从纵向上梳理清楚自古迄今管理实践与理论发展脉络，还从横向上比较了各国不同的管理（包括企业文化）。重点在于介绍管理职能与决策方法及其应用案例，增加了营销管理，对即将到来的21世纪经营管理动向也做了探讨。

本书作为普及经营管理知识的教材，适合于非管理类专业大学生阅读，管理类专业学生也可参考，对企业管理干部也提供一些有益的思路。

<<经营管理学基础>>

书籍目录

第一章 绪论第一节 有关经营管理的一些基本概念第二节 管理的科学性、艺术性与经营哲学第二章 管理实践与管理理论发展概述第一节 古代的管理起源与管理思想萌芽第二节 近代管理实践与古典管理学派的形成第三节 现代管理实践与理论发展第四节 80年代以来西方管理的新阶段第三章 管理职能第一节 计划职能第二节 组织职能第三节 控制职能第四节 用人职能第五节 管理者的素质与能力第四章 经营管理决策第一节 决策的地位、作用与决策理论的形成第二节 决策理论第三节 决策的基本方法第四节 应用案例：工业企业的经营决策第五章 管理方法第一节 系统方法第二节 经济方法第三节 心理与教育方法第四节 数学方法第六章 中外企业管理体制与管理制度第一节 企业管理体制的演变第二节 管理的规章制度第三节 管理的责任制度与各种工作制度第七章 现代经营管理的基本模式和不同国家的管理比较第一节 现代经营管理的共同特征与基本模式第二节 各国经营管理比较第三节 发展中国家企业的国际化第八章 市场营销管理第一节 市场营销的基本概念及市场分析与选择第二节 市场营销组合策略第三节 产品组合决策，产品生命周期与新产品开发第四节 价格决策第五节 分销渠道决策第六节 促销组合决策第九章 管理与文化第一节 西方企业的公司文化热第二节 日本的公司文化第三节 如何吸取传文化营养建设现代企业文化第十章 21世纪经营管理的新动向第一节 知识经济时代来临第二节 社会经济形势对经营管理提出的挑战第三节 21世纪经营管理的主要动向参考文献

<<经营管理学基础>>

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>