

<<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：9787810857796

10位ISBN编号：7810857797

出版时间：2009-07-01

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：郑凤萍，等编

页数：312

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

《现代企业管理学》由多位工作在教学第一线的教师共同努力完成，较好地实现了特色与适用相结合的原则。

在理论阐述方面简明扼要、难易适中，精炼实用，并为读者展示了许多实用性很强的分析方法和原理。

本教材具有如下特点：第一，全书框架清晰，结构完整。全书共八章内容，在保证学科体系完整的基础上，充分体现了“基础理论必须够用、专业知识重点保证、能力培养综合强化”的原则。

第二，全书所选案例不仅具有代表性，而且具有时代性，克服了以往案例滞后于现实的缺陷，帮助学生及时了解现代企业管理的最新动态。

第三，全书内容设计较新颖。各章设有“相关链接”、“多学一招”、“相关案例”和“案例分析”等环节。

以生动的方式阐述管理理念，将理论与实例融为一体，避免了大多数管理类教科书中仅有理论介绍的枯燥感，使读者在学习管理知识的同时，开动脑筋、开阔视野，了解最前沿的管理技能和知名企业的最新的管理动态，从而增加学习兴趣，为学生提供了参与实践，提高应用能力的平台。

第四，在教学目的上，力求通过一切有效的方法和手段，帮助学生提高应用能力，以及分析解决问题的能力。

第五，在教学方法上，注重调动学生自主学习的积极性与热情，改变“以教为主”，取而代之的是以学生参与讨论、参与实践、教师指导点拨为辅的新教学方法。

<<现代企业管理学>>

书籍目录

前言第一章 企业管理概论第一节 企业及企业管理概述第二节 管理理论的发展历程第三节 企业管理的方法第四节 现代企业的组织结构第五节 公司与企业集团第六节 企业文化和企业形象第二章 企业经营管理第一节 战略管理过程与评价工具第二节 经营战略与经营策略第三节 经营决策概述第四节 经营计划第三章 市场营销管理第一节 市场营销概述第二节 市场营销环境第三节 市场调查和市场预测第四节 市场营销组合第四章 生产管理第一节 生产组织概述第二节 生产过程组织第三节 流水生产线第四节 现代生产管理方式第五章 项目管理第一节 项目管理概述第二节 网络图的构成与绘制第三节 网络计划的优化

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>