第一图书网, tushu007.com

<<商务素质导论>>

图书基本信息

书名：<<商务素质导论>>

13位ISBN编号：9787040293302

10位ISBN编号：7040293307

出版时间：2011-2

出版时间：潘振良 高等教育出版社 (2011-02出版)

作者：潘振良

页数：164

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

内容概要

《商务素质导论》是教育部、商务部“人才强商战略”“十一五”课题标志性研究成果，可作为商科类专业规划教材，也可作为自学考试用教材和商务类在职高级管理人员的培训教材。

《商务素质导论》的主要内容包括：商务素质综论、商德、商道、商机、商术。

从国内外素质理论研究现状和发展趋势出发，坚持理论与实践相结合，理论与个案相结合，与《商务素质养成》一书形成理论和实践的统一，探究了“全秸渗透、涵育白化”的商务素质培养的特殊规律.具有创新性、前瞻性和实用性。

<<商务素质导论>>

书籍目录

第一章 商务素质综论第一节 古今素质观一、中国先哲的探索二、西方学者的思考三、提高和研究人的素质的当代价值与意义第二节 素质概述一、素质原义二、对素质概念的一般表述三、素质定义的扩展与创新四、素质与能力五、素质养成第三节 综合素质一、素质的结构与内容二、综合素质第四节 综合素质与成才一、综合素质与人才能级二、中国名人九大成功素质排行榜三、素质的再造：一个新的话题四、生命中的成功五、美国名人谈成功秘诀第五节 商务素质一、专业素质二、商务人员与商务素质三、中国传统商务素质养成教育四、当代商务素质研究五、与众不同的观点六、我们研究的结果第二章 商德第一节 为商以德一、天地之德，予而不取二、行商坐贾，通货天下三、商德为本，泽惠百业四、四民分业，市民分工第二节 古今中外话商德一、商德传统，古今同脉二、商德精神，中外同源三、现代商德，和而协同四、商人·商帮·商会商德第三节 商德基本素质一、待人以诚，执事以信二、和合忠让，宽厚圆融三、以义致利，以义胜利四、实无所舍，亦无所得第四节 商德素质养成教育一、教导合一的育人机制二、商德组织结构三、商之韵社区之商德论坛四、商德研究所第三章 商道第一节 经商须知道一、说商论道二、经商重道第二节 古今中外话商道一、中国传统商道二、西方商道三、华商、粤商商道四、鲁商文化与商道第三节 商道的主要内容一、何为商道二、商道模型第四节 商道与商务素质养成教育一、历史启示二、习商要点第四章 商机第一节 商机概述一、商机的含义二、商机类型三、商机的基本特征四、商机的意义和作用第二节 商机的来源寻找识别与分析利用一、商机的来源二、商机的寻找与识别三、商机的利用第三节 商务素质与商机一、成功=机遇+能力二、商机偏爱有准备的头脑第五章 商术第一节 知识之术一、谋略在先，着重细节二、合作共赢，互利共行三、有效沟通，团队至上四、审时度势，随机应变第二节 胆识之术一、犹太商经，誉满全球二、金融资本，制度创新三、信息市场，网络文化四、知识经济，产权密集第三节 常识之术一、会友儒雅，文词练达二、秀外慧中，玉树临风三、数字过程，智能工具第四节 通识之术一、商业模式，商术基础二、博弈思想，创新保障三、价值开发，实现创新四、商术实例，内涵丰富主要参考书目后记

章节摘录

版权页：（一）商人古代的商人是单独的个人，贱买贵卖，互通有无。
商业传统靠继承祖业，言传身教而代代相传，所谓商人之子恒为商，就是指这种行业世袭的习俗，而且在周王朝统治的全盛时期，各种古代文献均没有显示有丝毫轻视商业重要性的迹象，当时商人比较荣耀。
传统的农业社会，社会剩余产品不多，社会也不重视生产技术的进步，因而更谈不上通过繁荣商业扩大产品出路从而促进技术进步。
重农抑商在政治上是必然的，这更缩小了商人活动的空间，从而我国的商人作为个体而分散经营的状态一直持续到明代，没有出现有特色的商人群体，也就是说，有“商”而无“帮”。
（二）商帮明代中期以后，由于商品经济的发达，商路的开辟，商品流通范围的扩大，商品数量和品种增多，传统“抑商”政策的削弱，商人地位提高，世人商业观念的转变，商人队伍的扩大，商业竞争的加剧，各地先后出现了一些商人群体——商帮。
商帮的萌芽形式是以血缘关系为基础的亲缘组织——商人家族。
以徽州商人为例，徽州地狭民稠，社会稳定，徽州大族率先投入商业，宗族势力强大，制约着商业技术的继承，许多商人的经营能力都是在同宗前辈商人的言传身教下逐渐养成的。
徽州人家族意识极强。
许多人率领族人共同经营，而成功的商人更有责任带动其他宗族成员共同致富。
号称“豪商巨贾甲天下”的晋商，也多以家族式经营为主。
在商人家族的基础上，形成了以地域文化而不是以地缘关系为基础的区域性商人组织——商帮，此后山西、陕西、山东、福建、徽州、洞庭、广东、龙游、宁波商帮等都是先后活跃在商业领域的著名商帮。
（三）商会随着社会的进一步发展，一种符合资产阶级政治民主思想的商业组织——商会，应运而生。
商会不同于商帮（包括商帮设立的会馆、分所等）旧式商人组织。
第一，商会是一种跨行业的统一联合组织，横向上把全城各个行业联络和组织成为一个整体。
有健全的组织领导和分层的组织系统。
商帮则是一个纵向的、简单的组织。
第二，商会“扩商权，联商情，开商智，振商务”，商帮则只是“联乡情，笃友谊”。
第三，商会贯彻了资产阶级民主思想，有严格的选举制度、财经制度和会议制度。
商帮则具有内部森严的浓厚的封建等级制度。
第四，商会属于开放性、发展性的社会组织，而商帮的行会属于封闭性、停滞性的组织。
总之，商会是中国近代社会的产物。
（四）商德商德可视为沿着商人、商帮、商会发展路线而进一步提升到商文化境界所形成的商文化基因，商德融于这些商业组织之中，又脱离这些具体的商业组织形式。
你可以向人借钱、借势、借力，但你不可能向人借德；你可以予人以财富、地位、功名，但你不可能予人以德行。
商德是现存的商业组织变化的不变之本，借助商德、培育商德，使商业组织的精华与本质特征得以传承，从而形成不衰的商文化。

编辑推荐

《商务素质导论》是由高等教育出版社出版的。

第一图书网, tushu007.com

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