第一图书网, tushu007.com

<<现代企业管理>>

图书基本信息

书名：<<现代企业管理>>

13位ISBN编号：9787302293071

10位ISBN编号：7302293074

出版时间：2007-8

出版时间：清华大学出版社

作者：王关义 等 著

页数：406

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

《现代管理系列教材：现代企业管理（第3版）》以独特的体例全面、系统地介绍了现代企业管理的基本原理和理论。
全书分为企业管理基本理论篇，企业制度、文化与战略篇，职能管理篇三个部分。
主要内容包括企业管理概论、管理理论的形成与演变、管理的基本职能、现代企业制度、企业文化、战略管理、营销管理、生产组织、生产计划与生产控制、质量管理、财务管理以及人力资源管理。

<<现代企业管理>>

书籍目录

第一篇 企业管理基本理论第一章 企业管理概论第一节 企业与管理综述第二节 企业管理的基本理论第三节 现代企业组织类型第四节 企业的目标与责任第五节 企业管理的基本原理本章小结思考与练习案例讨论第二章 管理理论的形成与演变第一节 西方管理理论的产生与发展第二节 现代管理学学派第三节 中国古代的管理思想本章小结思考与练习案例讨论第三章 管理的基本职能第一节 决策第二节 计划第三节 组织第四节 控制第五节 领导第六节 激励本章小结思考与练习案例讨论第二篇 企业制度、文化与战略第四章 现代企业制度第一节 我国国有企业改革历程第二节 现代企业制度的概念与特征第三节 现代企业的公司治理结构本章小结思考与练习案例讨论第五章 企业文化第一节 企业文化的内涵第二节 企业文化的结构第三节 企业文化的功能本章小结思考与练习案例讨论第六章 战略管理第一节 战略管理概述第二节 战略环境分析第三节 战略选择与评价第四节 战略实施与控制本章小结思考与练习案例讨论第三篇 职能管理第七章 营销管理第一节 营销管理概述第二节 市场营销机会分析第三节 市场细分、目标市场与市场定位第四节 市场营销组合决策本章小结思考与练习案例讨论第八章 生产组织第一节 厂址选择第二节 生产过程组织第三节 生产过程的空间组织第四节 生产过程的时间组织第五节 清洁生产与5s管理本章小结思考与练习案例讨论第九章 生产计划与生产控制第一节 计划与企业计划系统第二节 生产计划第三节 生产作业计划第四节 生产控制基本理论第五节 生产作业控制第六节 生产控制的方法本章小结思考与练习案例讨论第十章 质量管理第一节 质量与全面质量管理第二节 全面质量保证体系第三节 质量管理常用的统计控制方法本章小结思考与练习案例讨论第十一章 财务管理第一节 财务管理概述第二节 筹资管理第三节 投资管理第四节 财务报表与财务分析本章小结思考与练习案例讨论第十二章 人力资源管理第一节 人力资源管理概述第二节 工作分析与设计第三节 人力资源规划第四节 人力资源的招聘与培训第五节 人力资源的绩效考核第六节 薪酬管理本章小结思考与练习案例讨论参考文献

章节摘录

三、弹性原理 弹性原理，是指企业为了达到一定的经营目标，在企业外部环境或内部条件发生变化时有能力适应这种变化，并在管理上表现出灵活的可调节性。
现代企业是国民经济巨系统中的一个子系统，它的投入与生产都离不开国民经济这个巨系统。
它所需要的生产要素由国民经济的各个部门投入，它所生产的产品义需要向其他部门输出。
可见，国民经济巨系统是企业系统的外部环境，是企业不可控制的因素，而企业内部条件则是企业本身可以控制的因素。
当企业外部环境发生变化时，企业可以通过改变内部条件适应这种变化，以保证达到既定的经营目标。
弹性原理在企业管理中应用范围广泛。
计划工作中留有余地的思想，仓储管理中保险储备量的确定，新产品开发中技术储备的构想，劳动管理中弹性工作时间的应用等，都在管理工作中得到广泛的应用，并且取得较好的成果。
近年来，在实际管理工作中，人们自觉不自觉地把弹性原理应用于产品价值领域，收到意想不到的效果，称其为产品弹性价值。
产品价值由刚性价值与弹性价值两部分构成。
形成产品使用价值所消耗的社会必要劳动量叫刚性价值，伴随在产品使用价值形成或实现过程中附着在产品价值中的非实物形态的精神资源，例如产品设计、制造者、销售者、商标以及企业的声誉价值，都属于产品的弹性价值，又称无形价值或精神价值，是不同产品的一种“精神级差”。
这种“精神级差”是产品市场价值可调性的重要标准，是企业获得超额利润的无形源泉，在商品交换过程中呈弹性状态，是当今企业不断追求的目标之一。

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