

<<高级-现代商业企业管理>>

图书基本信息

书名：<<高级-现代商业企业管理>>

13位ISBN编号：9787532628742

10位ISBN编号：7532628744

出版时间：2009-9

出版时间：上海辞书出版社

作者：胡文君，吕勇明 著

页数：348

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>

<<高级-现代商业企业管理>>

前言

在世界风云变幻，全球金融危机的背景下，上海正迎来历史性的发展机遇：2010年世界博览会的召开；金融、航运“两个中心”升级为国家战略后，上海国际贸易中心建设正加速推进。面临机遇和挑战，上海作为国际大都市，对商业管理人才的需求正经历着深刻的变化，那么，怎样的商业管理人才才能在知识经济社会生存和发展？

现代商业的发展离不开宏观管理人才。

其理由：一是生产力的发展使生产社会化程度越来越高，各企业间相互依存、相互促进的关系日益密切，客观上要求管理者从多视角的角度去思考问题，综合运用多方面的知识进行总体协调；二是当代经济的发展，影响因素日益复杂多样，社会、经济、科技、文化相互交织，相互渗透。

研究商业经济问题，需要超越于商业经济自身领域寻求发展的新思路。

所以说现代商业的竞争已不再是单纯的资源的竞争、知识的竞争，而是商业人才智慧的竞争。

现代商业的发展需要宏观管理人才，这些人才必须是：视野开阔、善于筹划的综合型、战略型人才；知识广博、多才多智的复合型、交叉型人才；思维敏锐、具有超前意识的开拓型、创新型人才。

“功以才成，业由才广”。

《现代商业企业管理》（高级）教材，就是从这一培养宏观商业人才角度思考，应运而生。

它内容丰富、覆盖面广，融合了经济、管理、战略决策、人力资源、业态研究、营销策划、国际贸易、资本运作、财务管理和危机管理等各门学科的原理和实践，是一本强调实践性、可操作性的教材。这本教材不仅可以作为商业系统中高层次干部提升管理素质的较佳读本，也可以作为高校工商管理专业学生的辅助教材。

上海市商业企业管理协会会同高校和商业管理专家共同编写的这本教材，为建设上海国际贸易中心，培养并储蓄商贸人才，做了一件对发展和繁荣上海商业很有现实意义的好事。

“根之茂者其实遂，膏之沃者其光晔”。

我衷心祝愿本教材能给大家更多的启示和感悟，更多的智慧和力量，能在大家努力奋斗、艰难跋涉的成才之路上，最终取得成就。

<<高级-现代商业企业管理>>

内容概要

现代商业的发展离不开宏观管理人才。

其理由：一是生产力的发展使生产社会化程度越来越高，各企业间相互依存、相互促进的关系日益密切，客观上要求管理者从多视角的角度去思考问题，综合运用多方面的知识进行总体协调；二是当代经济的发展，影响因素日益复杂多样，社会、经济、科技、文化相互交织，相互渗透。

研究商业经济问题，需要超越于商业经济自身领域寻求发展的新思路。

所以说现代商业的竞争已不再是单纯的资源的竞争、知识的竞争，而是商业人才智慧的竞争。

现代商业的发展需要宏观管理人才，这些人才必须是：视野开阔、善于筹划的综合型、战略型人才；知识广博、多才多智的复合型、交叉型人才；思维敏锐、具有超前意识的开拓型、创新型人才。

<<高级-现代商业企业管理>>

书籍目录

第一章 商业经济学基础第一节 供求理论与价格弹性理论第二节 厂商的市场结构理论第三节 决策与博弈理论第四节 宏观价格理论与通货膨胀第二章 商业企业管理主要原理第一节 管理与商业管理第二节 计划职能与政策能力第三节 组织职能与制度管理第四节 控制与信息沟通第三章 商业企业战略第一节 企业战略概述第二节 企业战略环境分析第三节 企业战略的类型、选择和实施第四节 商业企业布局战略第五节 商业企业蓝海战略第六节 商业企业并购战略第七节 商业企业战略联盟第四章 商业企业的业态管理第一节 商业经营业态的发展第二节 商业业态的选择与定位第三节 商业企业业态第四节 商业企业经营方式第五章 商业企业营销策划与管理第一节 市场营销策划概述第二节 市场营销策划的流程第三节 营销策划方案的编制第四节 市场营销策划的预测与评估第六章 商业企业的财务管理第一节 商业企业财务管理的价值观念第二节 商业企业的流动资金管理第三节 商业企业资金的筹集第七章 商业企业资本运营第一节 企业经营与竞争的精髓第二节 资本运营的核心第三节 资本运营的实施第八章 商业企业纳税筹划第一节 商业企业纳税筹划概述第二节 商业企业法定的应纳税种第三节 商业企业的税收优惠第四节 商业企业不同行为的税收筹划第五节 商品课税稽查第九章 商业企业零售物业管理第一节 零售物业的基本涵义第二节 零售物业的管理服务内容第三节 零售物业的管理特点与要求第十章 商业企业无形资产管理第一节 无形资产概述第二节 专利权第三节 商标权第四节 特许经营权和商誉第十一章 商业企业组织行为与心理第一节 商业企业组织行为与心理概述第二节 价值观、态度和工作满意度第三节 有效沟通与群体行为第四节 社会知觉与组织行为第十二章 商业企业领导力管理第一节 领导者第二节 领导力第三节 领导力工具第十三章 商业企业危机管理第一节 商业企业危机管理概述第二节 危机管理过程的模型第三节 商业企业危机管理的对策第四节 危机中的商机寻觅第十四章 商业企业国际化经营第一节 企业国际化经营与跨国公司第二节 企业国际经营的环境第三节 企业国际化经营的进入模式及其选择第四节 国际贸易术语第五节 国际贸易实务后记

章节摘录

府与企业、政府文化和企业文化之间相互沟通和交流的纽带。

同时，行业协会还能指导会员单位正确理解和运用国家政策，提高政策的执行力。

(3) 各类政策咨询热线 拨打相关政策咨询热线也是快速、准确获得政策信息的重要途径。

(4) 其他媒体 电视、广播、报纸也是获取政策信息的重要途径。

(5) 专业书籍、杂志 通过阅读专业书籍和杂志能够更系统、更深入地了解 and 解读有关政策规定，帮助企业寻找政策机遇，提高政策的执行力。

(6) 政府关系资源 与政府建立良好的关系，是准确、及时获取政策信息的有效途径。

无论通过何种渠道获取政策信息，最关键的是要保证信息的及时产生和准确性，只有这样才能充分发挥政策的引导功能，为企业创造政策机遇。

(二) 政府关系能力 企业政府关系是指职业经理人以企业作为行为主体，利用各种信息传播途径和手段与政府进行双向的信息交流，以取得政府的信任、支持和合作，从而为企业建立良好的外部政治环境，促进企业的生存和发展。

保持企业与政府的良好关系具有双重意义：一是良好的政府关系可以帮助企业预先或者较早的获得政策信息，为企业获得发展资源；二是良好的政府关系可以加强企业与政府的沟通，使政府了解企业的发展方向和政策需求，从而制定引导和促进企业发展的产业政策，提高企业活动的经济效益和社会效益。

(三) 政策运用能力 政策带有强力的“势能”，用活一项政策可以救活一个企业；用足一项政策可以壮大一个企业。

作为职业经理人，应当具备良好的政策运用能力，透过政策规定及其变化把握商机，为企业抓住发展机遇。

政策是一个庞大的体系，包括国家政策，行业政策规定，地方性政策规定；禁止性政策规定，限制性政策规定；鼓励性政策规定，支持及优惠性政策规定。

各种政策都包含了一定的创富条件和空间，包含着一定的发展变化信息，这就是政策之中能够把握的机遇。

高级管理人员只有时刻关注政策的调整与变动，注重政策研究，及时寻找政策中的有利信息，尤其是鼓励性支持性政策，并加以利用，才会获得更多的商机。

因此，作为高级管理人员，研究并运用政策的确是发展企业的捷径。

为提高政策利用效率，也可以向一些政策法规专业人士咨询，以达到事半功倍之效。

利用政策的关键，一是多学习、善于观察和研究有关政策规定，从中发现政策机遇，并善加运用；二是聘请政策顾问，借助外脑帮助来研究政策，这是利用政策的一条捷径。

此外，政策和法令的变化常常导致市场需求发生相应的变化，特别是我国正处于转型期的特殊国情，“政策就是机遇”的特点表现得更加明显。

其实不止中国，几乎所有国家在社会的转型时期，百废俱兴时期，都是如此。

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>