

<<企业管理学>>

图书基本信息

书名：<<企业管理学>>

13位ISBN编号：9787811242553

10位ISBN编号：7811242559

出版时间：2008-3-1

出版时间：北京航空航天大学出版社

作者：魏颖辉（编）

页数：174

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>

## <<企业管理学>>

### 内容概要

企业管理理论不仅是我国经济发展与企业发展的必要基础，也是高等学校某些专业教育的组成部分。本书全面系统地介绍了现代企业管理的基本原理。

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、物流管理、财务管理和人力资源管理。

本书适合作为高等院校本、专科及相关培训学校信息类、管理类、经济贸易类等专业的教材，也可作为广大项目管理及营销人员培训用书。

## 书籍目录

第1章 企业管理概述 1.1 企业概述 1.1.1 企业的概念、特征及目标 1.1.2 企业制度的特征与内容 1.1.3 企业的类型 1.1.4 企业经营环境 1.2 管理与现代企业管理 1.2.1 管理的概念与属性 1.2.2 现代企业管理的概念与职能 1.2.3 企业管理对象 1.2.4 管理方法 1.2.5 企业管理学 1.3 企业管理创新 1.3.1 企业管理创新的含义 1.3.2 企业管理的创新趋势第2章 企业战略管理 2.1 企业战略管理概述 2.1.1 企业战略管理的概念及特征 2.1.2 企业战略管理提出的背景 2.1.3 企业战略管理的构成要素 2.1.4 企业战略管理的层次 2.1.5 企业战略管理过程 2.2 企业战略环境分析 2.2.1 外部环境分析 2.2.2 行业环境分析 2.2.3 竞争者分析 2.3 企业战略的基本类型 2.3.1 成本领先战略 2.3.2 产品差异化战略 2.3.3 目标集中化战略 2.3.4 企业其他经营战略第3章 市场营销管理 3.1 市场营销概述 3.1.1 市场营销的含义 3.1.2 市场营销学的产生与发展 3.1.3 市场营销的核心概念 3.1.4 市场营销的作用 3.2 市场营销管理 3.2.1 市场营销管理的概念 3.2.2 市场营销管理的基本任务 3.2.3 市场营销管理的具体过程 3.3 市场营销策略 3.3.1 产品策略 3.3.2 定价策略 3.3.3 分销渠道策略 3.3.4 促销策略第4章 企业经营决策与经营计划 4.1 企业经营决策 4.1.1 企业经营决策的概念 4.1.2 企业经营决策的类型 4.1.3 企业经营决策的内容 4.1.4 企业经营决策的原则 4.1.5 企业经营决策的程序 4.1.6 企业经营决策的方法 4.2 企业经营计划 4.2.1 企业计划管理概述 4.2.2 企业经营计划的种类及体系 4.2.3 企业经营计划的基本程序第5章 企业生产管理 5.1 生产管理概述 5.1.1 生产管理的几个基本概念 5.1.2 企业生产管理的指导原则 5.1.3 生产管理的目标 5.1.4 企业生产管理的基本问题 5.2 生产管理的基本内容 5.2.1 生产过程的构成 5.2.2 生产类型 5.2.3 合理组织生产过程的要求 5.2.4 生产过程的组织形式 5.2.5 生产计划 5.3 生产管理的新发展 5.3.1 现代技术的发展对生产管理的影响 5.3.2 准时化生产方式 5.3.3 敏捷制造 5.3.4 计算机集成制造系统第6章 设备管理 6.1 设备管理概述 6.1.1 设备管理的基本概念 6.1.2 设备综合管理的内容 6.1.3 设备管理的任务 6.1.4 设备管理的意义 6.2 设备的选择与使用 6.2.1 设备的选择与评价 6.2.2 设备的使用 6.2.3 设备的事故管理 6.3 设备的维护与修理 6.3.1 设备的磨损规律 6.3.2 设备的维护保养 6.3.3 设备的修理 6.4 物资管理 6.4.1 物资管理的意义与任务 6.4.2 物资的分类 6.4.3 物资消耗定额 6.4.4 库存控制方式 6.4.5 库存控制定量分析法第7章 质量管理 7.1 质量管理概述 7.1.1 质量管理的基本概念 7.1.2 质量管理的发展 7.2 全面质量管理 7.2.1 全面质量管理的概念与特点 7.2.2 全面质量管理的基本指导思想和工作原则 7.2.3 全面质量管理的内容 7.2.4 质量保证体系 7.3 ISO9000系列标准 7.3.1 ISO9000系列标准内容简介 7.3.2 企业实施IOS9000标准的意义 7.3.3 ISO9000:2000质量管理体系基础第8章 人力资源管理 8.1 人力资源管理概述 8.1.1 企业人力资源的含义与特征 8.1.2 人力资源管理的概念与特征 8.1.3 人力资源管理的目标 8.1.4 人力资源管理的根本内容 8.1.5 人力资源管理的发展趋势 8.2 人力资源规划与开发 8.2.1 人力资源规划的概念 8.2.2 人力资源规划的重要性 8.2.3 人力资源规划的工作程序 8.2.4 人力资源开发预测 8.3 人员的聘用与培养 8.3.1 人员招聘 8.3.2 人才培养 8.4 薪酬与员工激励 8.4.1 绩效综合评估 8.4.2 薪酬管理 8.4.3 员工激励第9章 企业财务管理 9.1 企业财务管理概述 9.1.1 企业财务管理的概念 9.1.2 企业财务管理的内容 9.1.3 企业财务管理的职能 9.1.4 财务管理的原则 9.2 企业筹资管理 9.2.1 资金筹集的概念 9.2.2 筹资渠道与筹资方式 9.2.3 资金筹集管理 9.3 企业投资管理 9.3.1 企业投资概念与分类 9.3.2 企业投资管理的基本原则 9.3.3 长期投资管理 9.3.4 短期投资管理 9.4 企业财务分析 9.4.1 财务分析的概念 9.4.2 财务分析的基本内容 9.4.3 财务分析的方法 9.4.4 主要财务报表第10章 信息管理 10.1 信息管理概述 10.1.1 信息的含义与特征 10.1.2 信息的类型 10.1.3 企业信息管理的概念与特点 10.1.4 信息管理的理论与方法 10.2 管理信息系统 10.2.1 管理信息系统的定义 10.2.2 管理信息系统的基本功能 10.2.3 管理信息系统的基本特征 10.2.4 管理信息系统的建设步骤 10.2.5 管理信息系统建设的方法参考文献

## 章节摘录

## 第1章 企业管理概述 1.1 企业概述 1.1.1 企业的概念、特征及目标 1.企业的概念

关于企业的定义，国内外至今还没有一个统一的表述。

通常所说的企业，一般是指根据社会需要来组织和安排某种商品（包括物质产品和非物质产品）生产、流通或服务等活动，进行自主经营，自负盈亏，承担风险，实行独立核算，具有法人资格的基本经济单位。

作为一个企业，必须具备以下基本要素：  
 拥有一定数量、一定技术水平的生产设备和资金；  
 具有开展一定生产规模和经营活动的场所； 具有一定技能、一定数量的生产者和经营管理者；  
 从事社会商品的生产、流通等经济活动； 进行自主经营，独立核算，并具有法人地位；  
 生产经营活动的主要目的是获取利润。

2.企业的特征 企业作为一个独立的经济组织必须具有以下特征： （1）企业是法人 企业能以自己的名义进行民事活动并承担责任，享有民事权利与义务。

企业要成为法人必须依法向工商部门登记注册，应有专门的名称、固定的工作地点与组织章程，具有独立的财产，实行独立核算和自主经营等。

（2）企业拥有经营自主权 企业作为一个经济实体，在遵守政府的法律、法规、法令的前提下，拥有独立的生产经营自主权，包括经营决策权、产品决策权、产品销售权、人事权和分配权等。

（3）企业必须实行独立核算、自负盈亏 企业作为营利性机构，获取利润是其生存和发展的条件。

为此企业必须实行独立核算，力争以尽可能少的人力、物力、财力的投入，获得尽可能多的利润。

（4）企业是纳税单位 税收是国家财政的主要来源，企业作为国家的经济基础，有缴纳税收的义务，必须照章向国家纳税。

3.企业的目标 关于企业目标，众说纷纭。

虽说不同时期、不同体制、不同企业、不同经营者的企业目标不同，但主要可概括为以下几个方面：

（1）产值最大化 即企业经营者一味追求不断高攀的产值，部门领导和一般人也以产值作为考核经营者业绩的主要指标，企业经营者职位的升迁、收入的增减也与完成的产值挂钩。

但是，这样容易产生虚夸风。

（2）销售收入最大化 以此为目标，企业必须根据市场需要，生产适销对路的产品，占领市场。

它虽然解决了产与销的衔接，比追求产值最大化目标进了一步，但仍可能导致企业大投入大产出，忽视效益，不求质量，不降低成本等现象的产生。

（3）利润最大化 以利润大小作为衡量企业经营者业绩的主要指标，将会激励企业采取各种方法降低成本、重视市场营销等积极而合理的行为。

但利润最大化也有导致企业片面追求利润而忽视其他目标的缺陷，主要表现为： 第一，企业行为短期化。

企业只注重眼前的利润目标而忽视对企业的必要投入，包括人员培训、技术开发、新产品开发、设备更新等，使企业缺乏后劲，不利于企业的长期发展。

第二，利润指标本身的随意性。

企业为了迎合考核，计算利润时，往往采用最有利于自己的方式核算，经常出现企业实际亏损而账面盈利的情况。

第三，利润目标确定的困难性。

企业利润受市场因素影响较大。

当市场景气时，企业利润丰厚；当市场不景气时，企业无利可图甚至亏损。

而市场又不以企业意志为转移。

这样，尽管经营者殚精竭虑，亦难免企业利润目标与实际运行结果相差甚远。

因此，以利润最大化为目标难以考核经营者业绩。

.....



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>