

<<创业者电子沙盘实训手册>>

图书基本信息

书名：<<创业者电子沙盘实训手册>>

13位ISBN编号：9787302256083

10位ISBN编号：730225608X

出版时间：2011-8

出版时间：清华大学出版社

作者：刘平 主编

页数：177

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>

## <<创业者电子沙盘实训手册>>

### 内容概要

本书是专为学生编写的创业者电子沙盘模拟实战对抗的学习指导。  
本书将通常实训所用的实训任务书、实训指导书和实训报告书“三册合一”。  
本书在第1章中阐述了本实训的目的、意义和任务，第2章为实训操作指引和分角色操作过程记录；第3章为实训报告记录及撰写实训报告指引。  
全书以第1章为主，均为实训指导的具体内容。

本书是省级精品课程的配套实践教材，既适用于参加创业者沙盘(电子沙盘)实训的学生，也适用于参加ERP沙盘(物理沙盘)实训的学生。

## <<创业者电子沙盘实训手册>>

### 书籍目录

#### 第1章 导入篇

##### 1.1 开篇语

###### 1.1.1 实训的目的与任务

###### 1.1.2 实训方式与时间安排

###### 1.1.3 实训要求与组织管理

##### 1.2 认识企业经营沙盘模拟

###### 1.2.1 “企业经营沙盘模拟”释义

###### 1.2.2 模拟企业组织架构

###### 1.2.3 手工沙盘盘面与主要角色的盘面定位

###### 1.2.4 用友电子沙盘简介及与手工沙盘的关系

###### 1.2.5 关于企业的生存与破产

##### 1.3 认识你所要经营的企业

###### 1.3.1 公司发展现状与股东期望

###### 1.3.2 企业财务现状描述

###### 1.3.3 初始状态设定

##### 1.4 模拟企业经营运营规则

###### 1.4.1 市场划分与市场准入

###### 1.4.2 销售会议与订单争取

###### 1.4.3 厂房购买、租赁与出售

###### 1.4.4 生产线购买、转产与维护、出售

###### 1.4.5 产品生产与原材料采购

###### 1.4.6 产品研发

###### 1.4.7 市场开发和ISO认证

###### 1.4.8 融资贷款与资金贴现

###### 1.4.9 紧急采购

###### 1.4.10 综合费用与折旧、税金、利息

##### 1.5 手工沙盘起始年运行

##### 1.6 电子沙盘操作指南

###### 1.6.1 登录系统

###### 1.6.2 流程运行任务

###### 1.6.3 特殊运行任务

###### 1.6.4 重要参数

##### 1.7 操作提示

###### 1.7.1 市场规则简表

###### 1.7.2 企业运营规则简表

###### 1.7.3 编制财务报表说明

##### 1.8 市场预测报告

###### 1.8.1 六组竞赛市场预测

###### 1.8.2 七组竞赛市场预测

###### 1.8.3 八组竞赛市场预测

###### 1.8.4 九组竞赛市场预测

###### 1.8.5 十组竞赛市场预测

###### 1.8.6 十一组竞赛市场预测

###### 1.8.7 十二组竞赛市场预测

#### 第2章 操作篇

## <<创业者电子沙盘实训手册>>

### 2.1 开篇语

- 2.1.1 关于运行规则
- 2.1.2 关于战略选择
- 2.1.3 关于团队协作

### 2.2 上任后的首要问题

- 2.2.1 发展战略
- 2.2.2 角色确认并宣誓就职

### 2.3 3种典型策略介绍

- 2.3.1 力压群雄——霸王策略
- 2.3.2 忍辱负重——越王策略
- 2.3.3 见风使舵——渔翁策略

### 2.4 操作记录

## 第3章 总结篇

### 3.1 开篇语

- 3.2 受训者日常记录
- 3.3 对经营规划的再思考
- 3.4 改进工作的思路

### 3.5 受训者总结

### 3.6 经营竞赛交流

### 3.7 指导教师的点评与分析

### 3.8 参加大赛人员心得分享

### 3.9 2009年用友全国总决赛(高职组)冠军案例

### 3.10 阅读文章1

### 3.11 阅读文章2

附录A 2009年第五届“用友杯”全国大学生创业设计暨沙盘模拟经营大赛辽宁赛区决赛规则

附录B 2010年第六届“用友杯”全国大学生创业设计暨沙盘模拟经营大赛辽宁赛区决赛规则

附录C 学生感言

参考文献

章节摘录

营销总监主要负责进行需求分析和销售预测，寻求最优市场，确定销售部门目标体系；制订销售计划和销售预算；建设与管理销售团队；管理客户，确保货款及时回笼；分析与评估销售业绩；控制产品应收款账期，维护企业财务安全；分析市场信息，为确定企业产能和产品研发提供依据。

营销总监所担负的责任主要是：开拓市场、实现销售。

企业的利润是由销售收入带来的，销售实现是企业生存和发展的关键。

为此，营销总监应结合市场预测及客户需求制订销售计划，有选择地进行广告投放；运用丰富的营销策略控制营销成本，并取得与企业生产能力相匹配的客户订单；与生产部门做好沟通以保证按时交货给客户；进行客户关系管理以监督货款的回收。

营销总监还可以兼任商业间谍的角色，因为他最方便监控竞争对手，比如对手正在开拓哪些市场，未涉足哪些市场，他们在销售上取得了多大的成功，他们拥有哪类生产线，生产能力如何，等等，充分了解市场、明确竞争对手的动向可以有利于今后的竞争与合作。

5.生产总监 生产总监是企业生产部门的核心人物，对企业的一切生产活动进行管理，并对企业的一切生产活动及产品负最终的责任。

生产总监既是生产计划的制订者和决策者，又是生产过程的监控者，对企业目标的实现负有重大的责任。

他的工作是通过计划、组织、指挥和控制等手段实现企业资源的优化配置，创造最大经济效益。

在“ERP企业经营沙盘模拟”实训中，生产总监参与制定企业经营战略，负责指挥生产运营，选购、安装、维护及变卖生产设备和管理成品库等工作；同时，权衡利弊，优化生产线组合，保证企业产能。

在本实训中，生产能力往往是制约企业发展的重要因素，因此生产总监要有计划地扩大生产能力，以满足市场竞争的需要；同时提供季度产能数据，为企业决策和运营提供依据。

.....

<<创业者电子沙盘实训手册>>

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>