

<<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：9787303111510

10位ISBN编号：7303111514

出版时间：2010-8

出版时间：北京师范大学出版集团，北京师范大学出版社

作者：王建庄，杨中昭 著

页数：350

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>

前言

现代企业管理是系统研究企业管理活动规律、横跨自然科学和社会科学两大学科的综合性科学。伴随着世界经济的迅猛发展和科学技术的飞速进步，企业经营的外部环境和内部条件都在发生着重大变化，企业面临新的挑战。

加强企业管理，提高管理水平已成为企业的迫切需要，而培养和造就优秀的管理人才是实现这一任务的关键。

随着全球性的市场竞争日益激烈，我国企业面临的不仅仅是科学技术和知识的挑战，更严峻的是管理竞争上的挑战。

现代企业管理对企业的生存和发展起着至关重要的作用。

近年来，我国借鉴国外科学的管理经验，结合我国的具体国情，逐步完善我国的管理体系，使国民经济处于长期高速发展和稳定运行的状态。

可以说，科学的企业管理是国民经济高速发展的基石。

人们对企业管理地位的认识也越来越深刻，不少企业家都希望运用科学的理论和方法，对企业的生产经营活动进行有效管理，以期创造出最佳经济效益。

有学者提出，现代企业应该具有企业环境管理思想、企业社会责任管理思想、供应链管理思想、移动管理思想、精细化管理思想五大企业管理核心思想。

也有学者认为现代企业应树立企业战略管理思想、声誉管理思想、危机管理思想、柔性管理思想、知识管理思想、环境管理思想、企业社会责任管理思想、供应链管理思想、人本管理思想、精细化管理思想十大现代企业管理核心思想。

无论是五大核心思想，还是十大核心思想，现代企业应确立“可持续发展”的理念。

而这一切，都取决于人。

成功的企业管埋依靠的是一批掌握了现代市场经济理论和现代企业管理知识、有创新精神、训练有素、善于经营的高素质管理人才。

这种管理人才必须能紧跟时代的发展步伐：（1）能为企业制定科学合理的战略规划，策略性地开展生产经营和经济分析活动，将现代企业管理与技术经济分析有机地结合起来；（2）充分认识到企业管理必须以人为本，重视人力资源开发与管理以及企业文化，懂得一些管理学原理和企业管理心理学的知识；（3）基于当今市场经济生产经营活动模式的改变，必须转变过去企业管理重生产、轻营销的观念，加强市场营销管理理论和策略的学习。

<<现代企业管理>>

内容概要

《现代企业管理》是为适应高等职业教育和高等专科教育非经济管理专业企业管理课程教学改革，培养高素质企业管理人才的需要编写的。
本教材共分十二章，涵盖了企业管理理论和实践的主要内容。
重点阐释了现代企业管理的人、财、物、产、供、销、现代企业文化建设等构成要素的基本管理方法及其发展趋势。

书籍目录

第一章 现代企业概述第一节 现代企业形成与发展第二节 现代企业制度第三节 企业组织结构本章小结自测题案例分析第二章 管理与企业管理第一节 管理概述第二节 管理理论第三节 企业管理第四节 企业管理原理与方法第五节 企业管理的基础工作第六节 管理者本章小结自测题案例分析第三章 企业战略管理第一节 企业战略管理概述第二节 外部环境分析第三节 发展战略第四节 竞争战略本章小结自测题案例分析第四章 经营决策与计划第一节 企业经营决策概述第二节 企业经营决策方法第三节 企业计划管理第四节 目标管理本章小结自测题案例分析第五章 企业营销管理第一节 企业市场营销管理概述第二节 市场调研与预测第三节 现代企业市场营销组合策略本章小结自测题案例分析第六章 现代企业生产管理第一节 现代企业生产管理概述第二节 现代企业生产过程管理第三节 现代企业生产管理的新趋势本章小结自测题案例分析第七章 物流及供应链管理第一节 物流的基本概念第二节 供应链的基础概念第三节 物流系统与供应链的关系本章小结自测题案例分析第八章 现代企业质量管理第一节 质量管理的基本概念第二节 企业质量管理的发展第三节 企业全面质量管理第四节 企业质量管理的统计方法第五节 ISO9000与质量体系认证本章小结自测题案例分析第九章 人力资源开发与管理第一节 人力资源概述第二节 人力资源规划第三节 招聘与配置第四节 培训与开发第五节 绩效考核与薪酬管理第六节 员工关系本章小结自测题案例分析第十章 企业管理信息化及信息化系统第一节 企业信息化概述第二节 我国企业管理信息化的发展及存在问题第三节 管理信息系统概述第四节 管理信息系统的发展及应用本章小结自测题案例分析第十一章 现代企业文化第一节 企业文化概述第二节 企业文化建设第三节 企业道德与责任本章小结自测题案例分析第十二章 企业财务管理第一节 财务管理概述第二节 筹资管理第三节 投资管理第四节 利润形成与分配管理第五节 财务分析本章小结自测题案例分析参考文献

章节摘录

4.激励功能 企业文化具有使企业成员从内心产生一种高昂情绪和奋发进取精神的效应。企业文化以人为本，把尊重人作为核心内容，满足给员工多重需要，并能用它的“软约束”来调节各种不合理的需要。

积极向上的理念及行为准则将会成为员工自我激励的一把标尺，一旦员工真正接受了企业的核心理念，他们就会被这种理念所驱使，形成强烈的使命感，自觉自愿地发挥潜能，为公司更加努力、高效地工作。

5.辐射功能 企业文化一旦形成较为固定的模式，它不仅会在企业内部发挥作用，对本企业员工产生影响，而且也会通过各种渠道（宣传、交往等）对社会产生影响。

企业文化的传播将帮助企业树立良好的公众形象，提升企业的社会知名度和美誉度。

优秀的企业文化也将对社会文化的发展产生重要的影响。

6.品牌功能 企业在公众心目中的品牌形象，是一个由以产品服务为主的“硬件”和以企业文化为主的“软件”所组成的复合体。

品牌价值是时间的积累，也是企业文化的积累。

优秀的企业文化，对于提升企业的品牌形象将发挥巨大的作用。

独具特色的优秀企业文化能产生巨大的品牌效应。

无论是世界著名的跨国公司，如“苹果”、“福特”、“索尼”、“可口可乐”，还是国内知名的企业集团，如“海尔”、“联想”等，他们独特的企业文化在其品牌形象建设过程中发挥了巨大作用。

五、企业文化模式 有人说，企业文化概念的最初产生是源于比较，这种说法有一定道理。

20世纪七八十年代，日本经济发展异常迅速，对欧美企业产生了巨大威胁。

为了探究日本企业迅猛发展的原因，在学术界掀起了一场欧、日、美企业管理比较研究的热潮，从而催生了企业文化这个概念的产生。

其实企业文化没有标准化模式，适合的才是最好的。

不同国家的企业基于各自不同的文化背景形成了各具特色的企业文化，下面我们就以美、欧洲、日、中四个地区或国家的企业为代表来探讨各自企业文化的模式。

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>