

<<企业管理学>>

图书基本信息

书名：<<企业管理学>>

13位ISBN编号：9787307069220

10位ISBN编号：7307069229

出版时间：2009-8

出版时间：武汉大学出版社

作者：吴勤堂，黄兰萍 著

页数：470

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

经济全球化、新技术革命及过度竞争不仅改变了21世纪企业的生存基础，而且也给中国高等教育带来了新的发展机遇和挑战。

在我国现行教育状况下，专业范围和专业训练过于狭窄，使得学生在进行综合思考和知识创新方面存在局限。

虽然职能化和专业化在企业业务决策和管理中具有十分重要的作用，然而，面对日益复杂的市场竞争环境以及职业发展的更高需要，通才才是最好的专才。

为此，有必要摒弃业已陈旧的人才培养模式、狭窄的课程设置和落后的教学内容，对工商管理类各专业的培养目标、培养模式、课程设置、教学内容和教学手段等进行一系列重大改革，以宽口径、厚基础、高素质、重能力为原则，把培养面向现代化、面向世界、面向未来、基础扎实、知识面宽、综合素质高、富有创新意识和开拓精神以及良好职业道德的高层次管理人才作为我们办学的重要使命。

教材建设作为本科教学的一项基本任务，体现着教学改革和教学水平的主要方面。

为了将学生培养成应用型、融通性、开放式的通才型专才，我们精心挑选“国际贸易理论与实务”、“商品流通概论”、“电子商务”、“战略管理”、“人力资源管理”、“物流管理概论”、“管理科学概论”、“中国农业与农村经济”及“旅游学”等专业基础课作为管理类各专业通修课程，期望通过这一举措将本科教学改革和教育水平推进到一个新高度。

<<企业管理学>>

内容概要

《企业管理学》是作者多年教学实践和潜心研究的成果，全书以力求充分地反映21世纪现代企业管理的最新知识和最新理论为特色，以认真借鉴西方成熟的理论框架并努力结合中国企业管理的实际为宗旨。

《企业管理学》在撰写中学习、借鉴了国内外先进的管理理论和方法，按照理论与实践、传统与创新、全面与重点相结合的原则，编撰中注意做到由浅入深，全面、系统、准确地阐述现代企业管理的基本理论和实务；在尽可能保障理论体系完整的同时追求结构新颖、内容精练、重点突出、务实实用；通过运用剖析、直白的手法以展现管理系统的结构和特点，图文并茂，让读者更易于对企业管理系统的全面认识和深刻理解；每章后附以该章的小结和复习思考题，以适应应用型本科专业教学的特点。通过企业管理学这门课程的学习，希望读者能够了解管理的一般原理、掌握企业管理的基础知识，建立相应的知识框架，以便能在将来的实际工作中更快、更全面、更深刻地把握企业管理的内在规律，基于理解、结合变通，实现超越，推进企业管理理论与实践这一壮美事业从必然王国到自由王国的不断飞跃。

<<企业管理学>>

书籍目录

第一章 现代企业管理概述第一节 企业的概念与类型第二节 管理的概念和职能第三节 现代企业管理原理及方法第四节 管理理论的产生与演进第二章 现代企业与企业制度第一节 企业的涵义及其产生第二节 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第四节 我国现代企业制度改革第三章 企业组织管理第一节 组织概述第二节 组织结构的设计原则第三节 企业组织结构的主要形式第四节 学习型组织第四章 企业战略管理第一节 企业战略与企业战略管理第二节 企业外部环境分析第三节 企业资源与能力分析第四节 竞争战略第五节 企业战略管理过程第五章 现代营销管理第一节 市场营销概述第二节 市场分析第三节 市场预测第四节 市场细分和目标市场选择第五节 市场营销组合第六章 企业科技创新及其管理第一节 企业科技创新体系第二节 科技创新战略第三节 科技创新的计划管理第四节 新产品设计与开发管理第七章 企业生产管理第一节 企业生产管理概述第二节 生产过程组织第三节 生产计划与控制第四节 生产管理方式简介第八章 现代质量管理第一节 质量与质量管理第二节 全面质量管理第三节 质量管理常用的统计方法第四节 ISO9000族标准与质量管理体系第九章 现场环境管理第一节 现场管理概述第二节 “6S”活动第三节 现场目视管理第四节 现场设备的管理第十章 物流管理第一节 物流管理概述第二节 采购与供应商管理第三节 仓储与库存管理第四节 运输与配送第五节 供应链管理第十一章 人力资源管理第十二章 企业管理的基础工作第十三章 企业风险控制与管理第十四章 企业财务管理第十五章 现代管理创新参考文献

章节摘录

第一章 现代企业管理概论 【学习目标】 1. 描述企业、现代企业理论, 在明确现代企业概念的基础上准确地把握现代企业的主要特征。

2. 认识和理解现代企业的构成和类型, 了解企业管理的职能和基本问题。

3. 在研究管理的产生、发展的基础上, 清晰地理解管理的本质、管理的要素、管理的任务和原则。

4. 各类管理方法的特征及其应用条件分析。

第一节 企业的概念与类型 一、企业的涵义 企业 (Enterprise、Firm) 是一个和商品经济相联系的历史概念, 它是商品经济的产物。

在不同的时期中, 人们以不同的视角对企业的本质进行考证, 提出了不同的观点。

古典经济学、微观经济学将企业视为以追求利润最大化为原则而存在的经济人。

古典经济学家将企业定义为: 把土地、劳动、资本等生产要素投入并转化为一定产出的经济单元 (组织)。

在传统的新古典经济学家看来, 企业不过是一个特殊的生产函数——一个内部没有“摩擦”的“黑箱”。

在发达的商品经济条件下, 由于市场竞争使企业的风险加大, 人们对企业的认识又有不同的理解。

新古典理论认为, 企业是一种以盈利为目的的经济单位。

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>