

<<现代纺织企业管理>>

图书基本信息

书名：<<现代纺织企业管理>>

13位ISBN编号：9787506411752

10位ISBN编号：750641175X

出版时间：1995-09

出版时间：中国纺织出版社

作者：中国纺织大学旭日工商管理学院 编

页数：238

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>

<<现代纺织企业管理>>

内容概要

《现代纺织企业管理》为《纺织工业企业管理》的第二版。

全书共分五篇二十章，介绍了工业企业与管理、企业环境、企业管理的性质和职能、生产组织、生产计划、设备管理、质量管理、物资管理、市场调查、预测与分类、市场细分与目标市场的选择、经营决策、新产品开发、营销策略、资金管理、成本与盈利管理、财务状况分析、企业形象设计、企业文化建设、企业公共关系、企业道德。

本教材主要供高等纺织院校工程技术各专业，以及会计、工业外贸、管理信息等专业教学之用，也可供纺织企业工程技术人员、管理人员参考。

<<现代纺织企业管理>>

书籍目录

第一篇 总论 第一章 工业企业与管理 一、工业企业的含义 二、社会主义工业企业的特征 三、社会主义工业企业的组织形式 四、工业企业的素质和能力 五、工业企业的设立和终止 六、工业企业的权利和责任 七、工业企业管理的意义、内容和方法 八、企业领导制度 九、工业企业的组织机构 十、企业管理现代化 十一、现代企业制度 第二章 企业环境 一、企业环境的概念 二、企业外部环境 三、企业内部环境 第三章 企业管理的性质和职能 一、企业管理的性质 二、企业管理的职能 三、企业管理的性质 职能与生产过程的关系 第二篇 生产管理 第四章 生产组织 一、生产过程组织 二、劳动组织 第五章 生产计划 一、生产计划的指标及其确定方法 二、生产能力和工程能力的核算 三、生产计划的编制 四、生产作业计划 第六章 设备管理 一、设备管理的概念 二、设备的选购和使用 三、设备的维护和修理 四、设备的改造和更新 第七章 质量管理 一、质量管理的概念 二、质量管理的基本内容 三、质量控制方法 四、国际标准 第八章 物资管理 一、物资管理的任务 二、物资定额 三、物资供应工作 四、仓库管理 第三篇 营销管理 第九章 市场调查、预测与分类 一、市场调查的概念和内容 二、市场调查步骤 三、市场调查方法 四、市场预测的概念和内容 五、市场预测步骤 六、市场预测方法 七、市场分类及其购买行为 第十章 市场细分与目标市场的选择 一、市场细分的概念与作用 二、市场细分的方法 三、选择目标市场策略 四、市场定位 第十一章 经营决策 一、经营决策原理 二、经营决策方法 第十二章 新产品开发 一、新产品的概念及其开发的意义 二、新产品开发的要求 三、新产品开发的方式 四、新产品开发的程序 五、新产品开发的评价 六、产品设计与工艺管理 第十三章 营销策略 一、产品策略 二、定价策略 三、促销策略 四、销售渠道策略 第四篇 财务管理 第十四章 资金管理 一、资金的筹措 二、资金与资产的管理 第十五章 成本与盈利管理 一、成本的概念及其分类 二、成本核算的基本要求 三、成本计算方法 四、销售收入和利润的核算 五、成本管理与目标成本、目标利润 第十六章 财务状况分析 一、企业财务分析的概念 二、企业资产负债分析 三、利润分析 四、财务状况变动分析 第五篇 企业形象 第十七章 企业形象设计 一、企业形象及其构成 二、企业形象塑造 三、企业识别系统 四、企业识别调查 第十八章 企业文化建设 一、企业文化的概念 二、企业文化的类型和载体 三、企业文化的作用 四、企业文化建设的目标、内容和途径 五、中国企业文化的塑造 第十九章 企业公共关系 一、公共关系的概念 二、公共关系的一般过程 三、公共关系的构成要素 四、公共关系实务 五、企业公共关系的对象 六、企业公共关系机构的设置和人员培训 第二十章 企业道德 一、道德与企业道德 二、企业道德的内容 三、企业道德的特点 四、企业道德传播的模式 五、企业道德建设的动力

<<现代纺织企业管理>>

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>