

<<企业发展的理论与实践>>

图书基本信息

书名：<<企业发展的理论与实践>>

13位ISBN编号：9787509604762

10位ISBN编号：7509604761

出版时间：2009-1

出版时间：经济管理出版社

作者：金泓汎，沈洪 著

页数：265

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>

## <<企业发展的理论与实践>>

### 前言

企业的发展对经济社会的发展起基础性作用，没有企业的发展，经济社会就难以发展甚至无法发展。

那么，企业又怎么发展呢？

对此，人们的解释不尽相同。

长期以来，与此有关的理论主要有三种：一是企业理论，主要是探讨什么是企业，企业为什么存在。

二是企业管理理论，主要是研究如何管理企业和通过管理促进企业发展。

三是企业成长理论，主要是解释企业成长的途径和机制，但与企业理论和企业管理理论已分别成为一门独立的学科不同，企业成长理论尚未形成一门独立的学科，仍属于管理理论。

近来，外国企业管理理论即MBA课程进入中国，引起人们的兴趣，掀起了学习MBA课程的热潮，大学的MBA课程班铺天盖地。

一些企业的高中级管理人员不惜花重金，争着上MBA进修班，学习企业管理理论。

这是一种好现象，只有努力学习管理理论，掌握现代企业管理的知识和技能，才能逐步实现企业管理现代化。

然而，当前理论界和企业界主要用管理理论研究和解释企业的发展，管理理论又出现了由MBA理论主导的趋势，这是值得深思的。

企业的发展是由什么理论指导，是由企业理论指导，还是由企业管理理论指导，或者由企业成长理论指导？

这是需要认真探讨的问题。

我们认为这三种理论都对促进企业发展发挥了一定作用，但并不是完整的企业发展理论。

如上所述，企业理论主要是探讨什么是企业，企业为什么存在的问题。

## <<企业发展的理论与实践>>

### 内容概要

《企业发展的理论与实践》从科学发展观的角度，总结企业发展的规律性，在企业理论和企业管理理论的基础上，吸收企业成长理论，从企业家、发展环境、经营模式、发展战略、要素投入、市场营销、创新、企业文化等方面对企业发展理论和实践进行了详细阐述。

## <<企业发展的理论与实践>>

### 作者简介

金泓汎，福建社会科学院研究员。

1932年出生，1948年参加工作，1958年毕业于中国人民大学农业经济系。

曾任福建省计划委员会科长、福建省统计局副处长、福建省政府驻北京办事处办公室主任、福建生产建设兵团冶炼厂厂长、厦门大学经济系副系主任、福建社会科学院亚太经济研究所所长兼《亚太经济》主编及日本东京大学社会科学研究所、日本亚洲经济研究所客座研究员；兼任中国国际经济关系学会、中国亚太学会、中华日本学会常务理事，福建省对外经济关系研究会会长；现兼任福建省政府经济社会顾问。

出版专著（包括合著、主编）主要有：《各国对外投资与利用外资的经验》（福建人民出版社）、《亚洲“四小”崛起的奥秘》（中国财经出版社）、《台湾经济概论》（时事出版社）、《台湾的政治转型》（香港社会科学出版社）、《中国经济圈》、《南中国区域社会的发展》（香港社会科学出版社）、《应用发展经济学通论》（中国经济出版社）等；多项论著获省部级以上奖。

1992年起享受国务院政府特殊津贴，同年获福建省优秀专家称号。

## &lt;&lt;企业发展的理论与实践&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 发展观与企业的发展一、新的企业定位论1.企业定位从一元到多元的演变2.多元定位论的主要内涵3.多元定位论与企业的发展二、管理理论与企业的发展1.管理理论的发展2.管理的功能和本质3.管理与企业的发展三、科学发展观与企业的发展1.企业的成长与企业的发展2.企业再生产模式与企业的发展3.企业生命周期与企业的发展第二章 企业家与企业的发展一、企业家概念的新内涵1.熊彼特关于企业家概念的内涵2.其他学者关于企业家概念的定义3.企业家概念的新内涵二、企业家精神与企业的发展1.企业家精神的内涵及其演变2.企业家精神的新内涵3.企业家精神与企业的发展三、企业家素质与企业的发展1.企业家素质的内涵2.企业家素质的主要内容3.企业家素质与企业的发展第三章 发展环境与企业的发展一、经济环境与企业的发展1.市场环境与企业的发展2.经济环境与企业的发展3.发展机遇与企业的发展二、政治、法律环境与企业的发展1.政治环境与企业的发展2.法律环境与企业的发展3.政府与企业的关系及企业的发展三、社会文化环境与企业的发展1.社会发展与企业的发展2.社会伦理与企业的发展3.文化环境与企业的发展第四章 企业经营模式与企业的发展一、企业经营模式的内涵1.企业经营模式的内涵2.企业经营理论与企业经营模式3.企业经营模式与企业的发展二、选择企业经营模式的原则1.选择企业经营模式的一般原则2.各国企业经营模式的比较3.企业经营模式的类型三、经营模式转换与企业的发展1.经营模式转换的内涵2.经营模式转换的新趋势3.经营模式转换的主要途径第五章 企业发展战略与企业的发展一、企业发展战略及其体系1.发展战略的内涵2.企业发展战略的内涵3.企业发展战略体系二、企业发展战略的制定与核心战略的选择1.企业发展战略的制定2.企业核心战略的选择3.企业战略模式的创新三、企业发展战略的实施与效应1.战略规划、资源配置与战略实施2.企业发展战略与策略的协调3.战略效应与企业的发展第六章 要素投入与企业的发展一、智力资源投入与企业的发展1.知识要素对企业生产经营的作用2.信息资源的特征与作用3.信息资源投入的主要途径二、人力资源投入与企业的发展1.人力资源在企业中的地位与作用2.人力资源开发与企业的发展3.激励机制与人才的作用三、物力资源投入与企业的发展1.物力资源的主要特征2.物力资源的开发与利用3.物力资源投入与企业的发展四、财力资源投入与企业的发展1.融资与企业投资的关系2.企业投资的主要途径和形式3.投资效益与企业的发展第七章 市场营销与企业的发展一、市场与市场营销1.市场的层次及其功能2.市场的类型与市场营销3.市场的作用与市场营销二、营销策略与市场营销1.市场细分化策略与市场营销2.营销组合策略与市场营销3.营销竞争策略与市场营销三、营销渠道与市场营销1.营销渠道及其体系2.营销渠道的类型与市场营销模式3.促销活动与市场营销第八章 创新与企业的发展一、技术创新与企业的发展1.技术创新的地位和作用2.自主创新与企业的技术创新3.引进技术与企业的技术创新二、制度创新与企业的发展1.制度变迁与现代企业制度2.现代企业制度的治理结构3.企业制度创新的新思路三、管理创新与企业的发展1.管理理念的创新2.管理模式的创新3.管理手段的创新第九章 企业文化与企业的发展一、文化与企业文化1.文化的定义2.企业文化及其主要特征3.企业文化与相关文化的关系二、企业文化的功能和作用1.企业文化的基本功能2.企业文化与企业管理3.企业文化与企业的发展三、企业文化创新与企业的发展1.21世纪的企业文化2.当代企业文化的主要内容3.企业文化发挥作用的机制第十章 竞争力与企业的发展一、竞争力理论与竞争力体系1.国家竞争力及其主要特征2.产业竞争力3.企业能力理论与企业竞争力二、企业的核心竞争力与竞争优势1.企业的核心竞争力2.企业的比较优势与竞争优势3.企业的国内竞争力与国际竞争力三、竞争理念创新与公平竞争1.竞争环境与竞争2.竞争理念与竞争3.竞争与公平竞争参考文献

## <<企业发展的理论与实践>>

### 章节摘录

人的素质通过社会实践进一步成熟和发展，素质离不开社会实践。

如上所述，人的生理素质和心理素质是一种先天性的特征，是决定和提高素质的基本条件，但并非就是现实的素质。

现实的素质是通过社会实践扩展、补充、丰富和提高之后的素质。

首先，社会实践使素质的内容进一步扩展。

人的生理和心理的先天性特征，只是原始的最基本的素质，尚未与社会实践相结合的素质。

社会实践是广泛的，它对人的素质提出多方面的要求。

为适应这种客观要求，人会改变先天性的素质，扩展其内容，如增加智力素质，使自己具有生存和发展所需要的各种必要素质。

其次，社会实践使素质的缺陷得以弥补。

人的先天性素质往往不是十全十美的，有的人生理素质很好而心理素质有缺陷；有的人心理素质很好而生理素质有缺陷；还有的人生理素质和心理素质都有某种缺陷等。

随着科学的发展和人的社会实践，这些缺陷都在一定程度上得到弥补，使人的素质逐步改善。

再次，社会实践使素质进一步丰富和成熟。

通过反复的社会实践，人的原有素质往往向某一方向集中发展，进一步趋于成熟。

如失明残疾人的行走，开始时靠拐杖也走不稳，但经过反复的实践，逐步熟悉起来，最后甚至不靠拐杖而靠其触觉和听觉能行走于常走的路上。

不同的残疾人发挥某些非残疾器官的功能如视觉、听觉和心境，经过艰苦的锻炼，能成为体育明星或文艺明星等，都是通过社会实践实现的。

最后，社会实践使智力素质成为人的新素质。

过去讲人的素质一般是指生理素质和心理素质，这是人的两大素质，但随着科学的发展，尤其是进入知识社会，智力素质逐步成为新的一大素质，使人的素质由生理素质、心理素质、智力素质三大素质构成，而且智力素质成为其综合表现。

企业家素质是企业家特有的素质。

不同的人群都有各自特定的素质，如政治家有政治家的素质、社会活动家有社会活动家的素质、艺术家有艺术家的素质、企业家有企业家的素质，等等。

这些不同人群的素质，有些是共同的，如基本的生理、心理和智力素质，但更多是不同的，它反映各种人群具有不同职业特征的生理素质、心理素质和智力素质。

企业家素质的主要特征包括以下几方面：一是企业家素质要符合企业家概念的内涵。

企业家是代表企业法人，以创新精神经营企业，不断促进企业发展，努力为社会服务的企业最高层领导人。

<<企业发展的理论与实践>>

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>