

<<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：9787562922766

10位ISBN编号：7562922764

出版时间：2005-9

出版时间：武汉理工大学出版社

作者：王基建,白玉

页数：438

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

进入21世纪以来,经济全球化进程不断加快,以信息技术为代表的高新技术的发展日新月异,可持续发展问题日益受到社会的关注,这几十年来大趋势成为全球经济发展中的显著特征,也对我国经济和企业带来了深刻影响。

同时,我国经济体制改革不断深入,我国经济逐步与国际接轨。

在这个过程中,我国企业积极应对内外环境发生的巨大变化,在管理体制,经营战略和内部规范等方面作了适应性的调整和改革,探索出许多具有中国特色的企业管理的经验与方法,使我国的企业管理不断向现代化和国际化方向发展,管理水平有了明显提高。

但与世界发达国家相比,我国企业管理水平仍有很大的差距,严重制约了我国社会生产力的发展和现代化目标的实现。

所以研究和探索现代企业管理的理论、推广现代企业管理的方法和提高人们的管理意识,对于提高我国企业的现代化管理水平,提升我国企业在国际市场上的竞争力,从而提升我国的综合经济实力,缩短我国与发达国家之间的差距,在相当长时间内,始终是一项艰巨和重要的任务,需要做出不懈的努力。

本教材的编写目的在于,使高等学校非管理类专业的学生和其他有志于企业管理的人士,了解企业管理的基本理论及其发展,学习有关的企业管理知识,培养学生的经济观念和管理意识;结合自身专业的特点,掌握研究与开发、生产管理、质量管理的原理与方法,深入了解技术工作中提高经济效益的措施与途径,提高劳动生产率,降低成本与费用,以便能更好地适应本职工作。

本教材的主要特点: 1. 内容丰富,知识详略得当,重点突出。

教材内容涵盖现代企业管理过程的主要方面,涉及企业人、财、物等各要素组织和投入、转换和产出等各环节的管理理论、知识与方法及其运用。

根据企业管理过程的主线,重点突出了企业战略、研究与开发、市场营销以及人力资源管理等重点内容。

2. 理论结合实际,博采众家之长。

教材力图反映国内外企业管理的最新研究成果和发展前沿,充分吸收国内外管理实践的有用经验与最新成果,又紧密结合我国企业管理的实践要求。

## <<现代企业管理>>

### 内容概要

现代企业管理的内容十分丰富，涉及多门学科与领域，而且随着社会、经济、技术的迅速发展，其内容在广度上不断扩展，在深度上也在不断延伸。

《现代企业管理》主要沿着企业管理的过程。

即企业战略的制定、组织结构的设计、研究与开发、生产过程和市场营销等活动的顺序，对现代企业管理的原理与方法进行了介绍，具有理论联系实际，博采众长和创新的特点。

《现代企业管理》主要用于高等学校非管理类专业本专科相关课程的教学，也可供自学考试、电教函授等参考选用。

## 书籍目录

第一章 现代企业管理导论第一节 现代企业概述一、现代企业的涵义与特征二、现代企业的基本类型与职能三、现代企业系统的构成与特征第二节 现代企业制度与企业集团一、现代企业制度二、企业集团第三节 现代企业管理的性质、职能与内容一、现代企业管理的概念、性质与特征二、现代企业管理的职能三、现代企业管理的基本任务第四节 现代企业管理的原理与方法一、现代企业管理的一般原理二、现代企业管理的一般方法三、现代企业管理的基础工作【本章小结】【中英文对照专业名词】【复习思考题】【案例分析】IBM的管理模式第二章 现代企业领导体制与管理组织第一节 现代企业领导体制一、现代企业领导体制及其演变二、我国国有企业的领导体制三、我国公司制企业的领导体制第二节 现代企业管理组织设计一、企业管理组织设计的目的与原则二、企业管理组织的基本形式【本章小结】【中英文对照专业名词】【复习思考题】【案例分析】实行事业部制的讨论第三章 现代企业战略管理第一节 企业战略管理概述一、企业战略的概念与特点二、企业战略的内容三、企业战略体系四、企业战略管理过程第二节 企业战略环境分析一、企业外部环境分析二、企业内部条件分析第三节 企业总体战略及其制订一、企业总体战略的分类二、企业总体战略的制订第四节 企业职能战略及其选择一、市场—产品战略二、资源战略三、投资战略四、科技发展战略【本章小结】【中英文对照专业名词】【复习思考题】【案例分析】××省移动通信公司的战略决策第四章 企业经营计划与决策第一节 企业经营计划概述一、企业经营计划的作用二、企业经营计划的分类三、企业经营计划的编制、执行和调整第二节 企业决策的概念与程序一、企业决策的概念与分类二、企业决策的程序第三节 企业决策的方法一、企业决策方法的分类二、确定型决策方法三、风险型决策方法四、不确定型决策方法第四节 投资决策方案的经济评价一、投资决策数据的收集与估计二、投资方案的评价方法【本章小结】【中英文对照专业名词】【复习思考题】【案例分析】施温自行车公司第五章 企业研究与开发管理第一节 企业研究与开发概述一、企业研究与开发的种类与特点二、企业研究与开发的对象三、企业研究与开发的途径第二节 企业研究与开发策略一、企业研究与开发应具备的条件二、企业研究与开发的策略三、企业研究与开发的组织管理四、企业研究与开发投资规模的确定第三节 新产品的研究与开发一、新产品的概念及分类二、新产品研究与开发的意义三、新产品研究与开发的过程四、新产品研究与开发的策略五、服务业新产品的研究与开发【本章小结】【中英文对照专业名词】【复习思考题】【案例分析】开发新产品与改进现有产品之争第六章 现代企业生产管理第一节 生产过程组织一、生产过程组织概述二、生产过程的空间组织三、生产过程的时间组织第二节 生产计划一、生产能力二、生产计划的编制第三节 生产作业计划与控制一、期量标准二、车间之间作业计划的编制三、生产作业控制第四节 网络计划技术一、网络计划技术的基本原理二、网络图时间参数的计算三、网络计划技术的优化【本章小结】【中英文对照专业名词】【复习思考题】第七章 现代企业质量管理第八章 现代企业营销管理第九章 企业形象策划第十章 现代企业人力资源管理第十一章 企业文化管理第十二号着那个 现代企业财务管理参考文献

## 章节摘录

## (一) 技术领先策略。

或称“领先者”策略 这种策略的目的是赶在所有竞争者之前，率先采用新技术并使新产品最早进入市场，争取创名牌产品，获取较大的市场占有率和利润。

采用这一策略要求企业实力雄厚，有较强的应用研究与开发研究的力量，能先发制人，保证技术处于领先地位，但风险也较大。

采用技术领先策略在争取盈利上有两种方式：一是把价格定得较高；二是通过平价政策赢得较大的市场占有率，以便在较长时期内取得盈利，亦即采用“薄利多销”和“细水长流”的方式取得盈利。

究竟应采取哪一种方式，是确定“领先者”策略中的一个重要决策问题。

(二) “紧随领先者”策略 这一策略是通过迅速地仿用领先者的产品技术，在产品生命周期成长期的初期将新产品投入市场。

这种策略需较强的开发能力与工程技术力量。

在营销方面，不像“领先者”那样将重点放在激发用户的初始需求，而把重点放在把现有用户吸引过来，同时要善于总结“领先者”所犯错误和经验，从而开发出性能更好、可靠性更高和具有先进性的产品。

(三) 仿制策略或“成本最低化”策略 这种策略是通过仿制，以较低的成本开拓市场。

它要求设计与工艺部门在降低成本与费用方面有较强的能力，产品进入市场的时机一般选择在成长期或稍后一段时间里，这时销售量较大，可以接近在经济上最合理的产量规模，并使设备的大量投资在产品定型化或标准化之后进行。

(四) 部分市场策略 这是一种将基本技术专门用来为少数特定需求服务的策略。

要求有较强的设计与工艺力量，并要求制造力量有较强的适应性。

产品投入市场的时机可以选在早期或成长期，也可选在后期，即市场进一步细分的时期。

新产品开发策略，由于进入市场的时期有明显的不同，因而也可分别用进入市场的时间来划分，即把“领先者策略”称为“第一个进入市场策略”，把“紧随领先者策略”称为“第二个进入市场策略”，把“仿制策略”称为“晚进入市场策略”。

不同的新产品研究与开发策略，适用于不同的情况和条件。

不同的企业具有自身的优势和特点，并面临不同的市场，必须考虑到自身的技术、设备、资金等条件，因地制宜地选择最合适的新产品开发策略。

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>