

<<企业家学实务（下册）>>

图书基本信息

书名：<<企业家学实务（下册）>>

13位ISBN编号：9787811235197

10位ISBN编号：7811235196

出版时间：2009-4

出版时间：北京交通大学出版社

作者：沈珺

页数：483

字数：740000

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>

<<企业家学实务（下册）>>

前言

《企业家学实务》（下册）就要出版了，作为民营企业合作与发展的促进者，我认为：企业是市场经济的主体；企业家，尤其是民营企业家，在某种意义上也是企业主要的所有者之一，是企业的决策者，是企业资源的支配者，他的行为决定着一个企业及其员工的命运，而无数企业家的群体行为决定着一个地区、一个行业的经济命运。

在现代社会发展中，企业家占有突出的地位，在某种程度上说，企业家的素质决定着经济运行的质量，很多民营经营者不能称之为企业家的一个重要方面是他们缺乏一种开拓创新、高瞻远瞩的企业家精神。

经济理论与经济实践的发展线索都与企业家密切相关，企业家所拥有的特殊人力资本是最重要、最稀缺的社会资源之一。

从企业家的特征、职能及其职能的实现来探索分析，有可能得到理论与实践上协调一致的关于企业家的定义。

企业家的特征是指企业家精神与能力的本质属性，企业家的职能是以企业家的市场职能、资源职能、管理职能、创新职能为主体的职能体系。

企业家的充分必要条件是，具备企业家本质特征，在一定环境条件的约束下，最大限度地实现企业家职能，并取得显著成就的经营者。

企业家精神在本质上是一种创新精神。

我们讲中国的市场经济也要有中国的特色，这个“特色”的精髓就是创新。

人类历史的本质是创造的历史，同样可以说，经济发展的本质是创造性的发展。

市场机制的核心是价格机制，价格机制的决定性因素是物品的稀缺性，只有稀缺的东西才具备交换价值，才可以用来交换，生产者或经营者才能从中获取利润。

稀缺性原则要求创新性，要求与众不同的产品或服务，这与企业的根本目标是一致的。

因此，创新精神是企业家的必备素质。

尽管企业存在一定程度的模仿创新，但创新也需要个性。

市场是最喜新厌旧的，市场需要的是不断地变化，不断地更新，每天都有大量的新产品上市，如果没有自己的创造，自己的特色，最后终究摆脱不了被市场淘汰的命运。

只有创新性的东西才有价值，才能为消费者所接受。

因此，创新精神是一个不断努力的过程。

只有不断创新，才能在竞争中获取优势，不断扩大市场份额，才能提高经济效益。

因此，创新力也是生产力。

<<企业家学实务（下册）>>

内容概要

本书分两篇，共20章，第1篇为企业战略管理，主要讲述战略管理概述、企业家与战略管理、战略的类型、企业家与公司竞争优势分析、企业家的战略识别、战略的制定与选择、战略的实施、战略的控制与评价、战略的创新、企业营销战略的制定等内容，第2篇为企业文化，主要讲述企业文化的内涵、企业文化的基本结构、企业的功能、企业文化整合与传播、企业家与企业文化、企业体制与企业文化、职业道德与企业文化、人本管理与企业文化、企业形象与MI设计、制度行为层设计与物资层设计等内容。

本书是中国注册高级经营师职业资格认证培训指定教材，适合于EMBA系列教学使用，也可作为企业高层职业经理培训教材使用，同时还可以作为其他在职人员的自学用书。

<<企业家学实务（下册）>>

书籍目录

第1篇 企业战略管理 第1章 战略管理概述 第2章 企业家与经营战略 第3章 战略的类型 第4章 企业家与公司竞争优势分析 第5章 企业家的战略识别 第6章 战略的制定与选择 第7章 战略的实施 第8章 战略的控制与评价 第9章 战略的创新 第10章 企业营销战略的制定第2篇 企业文化塑造 第11章 企业文化的内涵 第12章 企业文化的基本结构 第13章 企业的功能 第14章 企业文化的整合与传播 第15章 企业家与企业文化 第16章 企业体制与企业文化 第17章 职业道德与企业文化 第18章 人本管理与企业文化 第19章 企业形象与MI设计 第20章 制度行为层设计与物资层设计参考文献

章节摘录

第1篇企业战略管理第1章战略管理概述1.4我国中小企业战略管理分析1.4.1我国中小企业战略缺失问题探析如今，中小企业在国民经济中的重要性，如对创造就业机会、技术创新和增加经济活力等方面的贡献已为世人所公认。

然而，就在中小企业的发展总体成功的同时，每年仍有数以万计的企业停业或倒闭。

尽管倒闭的原因不一，但基本的症结却相同，总体来说缺乏战略，缺乏战略管理的技术和能力，或者干脆就没有开展战略管理。

1.我国中小企业战略缺失的主要表现（1）缺乏战略思想，短期行为严重。

一提到战略，通常人们觉得好像是大公司、大企业的事。

其实，战略对于中小企业来说更为重要。

然而由于中小企业的诞生往往是因为发现市场空缺，在短时间内创办的企业，正是这种偶然性和突发性使得很多中小企业一开始就没有一个完整的创办企业的计划，企业目光短视，只看眼前利益，面对未来的发展变化，缺乏应对措施。

而且，大部分小企业，尤其是处于婴儿期的企业，根本没有意识到战略对企业的重要性，其成立和运行，仅出于对地方资源的即时利用或短期出现的市场需求，缺乏长远的目标。

（2）定位不准，脱离实际。

中小企业应根据自身实力选择一个可以发挥自身特长的经营领域。

而我国许多不成功的中小企业在创业及经营了相当长的一段时间后，仍无法明确自己的定位，总是跟在别人后面，结果老是处于被动的局面，老是处于利润最薄的下层，一有风吹草动，最容易被竞争挤出局。

另外，有些企业虽已认识到了战略管理的重要性，制定了发展战略，但这不是建立在对企业内外环境的科学分析基础之上，而是凭主观想像，结果其定位严重偏离企业自身的实际，难以对企业的发展起到真正的指导作用。

（3）错把计划当战略，盲目扩张发展。

许多中小企业没有战略，但几乎所有的企业都有计划。

有的企业就把计划与战略混淆，错把计划当战略，结果耽误了企业的发展。

计划和战略虽然都面向未来，但两者有着根本的不同。

<<企业家学实务(下册)>>

编辑推荐

《企业家学实务(下册)》由清华大学出版社,北京交通大学出版社出版。

<<企业家学实务（下册）>>

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>