

<<工商管理实务>>

图书基本信息

书名：<<工商管理实务>>

13位ISBN编号：9787811353464

10位ISBN编号：7811353466

出版时间：2009-10

出版时间：暨南大学出版社

作者：万平来，刘迎春 主编

页数：401

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

拥有复合型的知识和能力,已经成为现代企业对人才的基本要求。

“多面手”是企业人力资源部经理的偏爱。

这种“多面手”不仅能有效地降低企业的用人成本,而且大大有利于提高企业内部员工之间、部门之间,以及企业与外部供应商和客户之间的沟通效率。

另外,拥有复合型的知识,也有助于不同能力之间的员工自身的能力迁移。

我们编写这本《工商管理实务》的目的,就在于为高职高专管理类及非管理类,包括理工科类专业的学生提供经济与管理类综合性的知识体系和能力体系,为他们今后成为“多面手”做知识和能力方面的准备,为今后走上工作岗位的能力迁移做准备,从而帮助学生提高就业能力和再就业能力。

为此,本教材努力体现如下特色: (1)以工作任务为中心,设计教材内容,体现很强的高职课程的特色,符合高职类教材的要求和发展趋势。

(2)从本教材内容的结构来看,囊括了经济学、管理学、市场营销学、国际贸易学、国际金融等数个经济管理学基础理论,具有高度的概括性和综合性。

(3)运用案例配合理论教学。

本教材的理论讲解尽量在有限的篇幅内安排案例,有的理论由案例引出,有的理论由案例诠释,尽量深入浅出,提高教与学的互动性。

本教材分为五编,共二十四章。

分别是第一编经济理论基础,主要介绍市场运行的基本规则,阐释市场配置资源的基本原理,以及市场在失灵的情况下政府的行为分析;第二编管理,主要从管理的五大功能出发,简明介绍管理的基本原理及相关的管理方法与手段;第三编市场营销,阐述市场营销的基本原理及营销的最新发展动态;第四编国际贸易,介绍国际贸易术语,国际货物销售合同的签订、解读与履行,以及WTO的基本知识;第五编金融,介绍了金融机构、金融市场以及宏观金融调控的基本原理和手段。

## <<工商管理实务>>

### 内容概要

本书以工作任务为中心，设计教材内容，体现很强的高职课程的特色，符合高职类教材的要求和发展趋势。

从本教材内容的结构来看，囊括了经济学、管理学、市场营销学、国际贸易学、国际金融等数个经济学基础理论，具有高度的概括性和综合性。

本教材的理论讲解尽量在有限的篇幅内安排案例，有的理论由案例引出，有的理论由案例诠释，尽量深入浅出，提高教与学的互动性。

## 书籍目录

前言第一编 经济理论基础 第一章 需求与消费行为 第一节 需求行为与需求弹性 第二节 效用最大化与消费决策 第二章 利润与供应决策 第一节 企业的性质 第二节 利润最大化与供应决策 第三章 交易与市场竞争 第一节 交易与交易理论 第二节 市场竞争与均衡 第四章 政府与市场失灵 第一节 垄断 第二节 公共物品和公共资源 第三节 不完全信息第二编 管理 第五章 管理 第一节 管理概述 第二节 管理理论的演进 第三节 现代管理理论 第六章 计划 第一节 计划的基础 第二节 目标管理 第三节 决策 第七章 组织 第一节 组织的基础 第二节 组织结构的基本形式 第三节 人员配备 第四节 组织变革 第八章 领导 第一节 领导工作概述 第二节 领导方式 第三节 领导理论 第四节 激励理论 第九章 控制 第一节 控制概述 第二节 控制的基本类型 第三节 有效控制 第四节 控制方法第三编 市场营销 第十章 市场营销导论 第一节 市场与市场营销 第二节 市场营销的核心概念 第三节 市场营销观念 第十一章 市场营销环境与市场营销调研 第一节 企业营销与市场营销环境 第二节 宏观营销环境 第三节 微观营销环境 第四节 市场营销环境分析的实用方法 第五节 市场营销调研 第十二章 目标市场营销战略 第一节 市场细分 第二节 目标市场选择 第三节 市场定位 第十三章 产品策略 第一节 产品整体概念 第二节 产品组合策略 第三节 产品生命周期 第四节 新产品开发 第五节 品牌策略 第十四章 定价策略 第一节 定价目标及其影响因素 第二节 定价方法与策略 第三节 价格调整 第十五章 分销渠道策略 第一节 分销渠道及类型 第二节 中间商 第三节 分销渠道的设计与管理 第十六章 市场营销的新发展 第一节 网络营销 第二节 关系营销 第三节 绿色营销第四编 国际贸易 第十七章 国际贸易概述 第一节 基本概念 第二节 进出口业务的基本流程 第三节 对外贸易政策 第四节 关税与贸易总协定 (CATT) 第五节 世界贸易组织 (WTO) 第十八章 国际贸易术语 第一节 贸易术语的含义 第二节 三种常用贸易术语 第三节 货交承运人的三种贸易术语 第十九章 国际贸易合同 第一节 国际货物买卖合同概述 第二节 国际货物买卖合同的磋商 第三节 国际货物买卖合同的成立 第四节 国际货物买卖合同的基本条款 第五节 合同的履行 第二十章 国际贸易结算 第一节 支付工具 第二节 汇付 第三节 托收 第四节 信用证 第五节 不同支付方式的结合使用第五编 金融 第二十一章 货币 第一节 货币的产生与发展 第二节 货币的本质与职能 第三节 货币的计量 第四节 货币制度 第二十二章 金融机构 第一节 金融机构体系概述 第二节 商业银行 第三节 中央银行 第四节 政策性银行 第二十三章 金融市场与金融监管 第一节 金融市场概述 第二节 金融市场分类 第三节 金融监管 第二十四章 宏观经济均衡和调控 第一节 国民经济总量及其衡量指标 第二节 国民经济的循环 第三节 国民经济均衡 第四节 宏观调控的基本原理 第五节 宏观调控政策及其运用 参考文献

## 章节摘录

(2) 把交易成本区分为事先的和事后的两类。

事先的交易成本是指起草、谈判、保证落实某种协议的成本；事后的交易成本是交易之后发生的成本，它可以有许多形式。

(3) 进一步强调交易成本是运用经济制度的成本，强调交易成本是由于制度摩擦所导致的费用，特别是由于产权不清必然导致各类摩擦发生。

肯尼斯·阿罗明确定义交易成本是“经济制度操作的成本”。

(4) 强调信息成本是交易成本的核心，突出真实信息的表现及获得和识别所必须付出的代价。而信息成本的高低，即市场价格信号的真假以及对其识别的敏感度，根本上取决于产权制度所规定的市场交易当事人的权利及责任、风险界区是否明确，价格归根到底是产权的市场运动形式。

(5) 强调交易成本是人们发生普遍社会交换关系中发生的费用。

其发生的前提是人们的利益分歧，克服和协调这种分歧发生的成本，从本质上说，是制度成本，包括信息成本、监督管理的成本和制度结构变化的成本等。

2. 纵向联合与混合兼并 在交易费用理论问世之前，纵向联合（垂直兼并）理论可以归纳为两大类，即技术决定论和市场缺陷论。

技术决定论认为许多生产阶段在技术上紧密相连，属于同一企业经营范围，是技术经济的需要，把这些具有技术联系的生产阶段组织在一个企业中更为合理和经济。

市场缺陷论的特点在于着眼于市场中的一些“缺陷”，即市场中偏离纯粹市场竞争模式的现象，来说明纵向联合可以改善经济效益、提高利润。

这些市场的“缺陷”包括垄断、寡占、非完全竞争等市场模式。

应用交易费用理论可以更好地解释垂直兼并的关键问题是资产特定性，即某一资产对市场的依赖程度。

资产有三种特性：一是资产本身的特定性；二是资产选址的特定性；三是人力资产的特定性。

上述三种资产特定性的任何一种都能促使企业进行行政管理垂直兼并。

一般来说，资产特定性越高，市场交易的潜在费用越大，垂直兼并的可能性就越大。

当资产特定性达到一定高度，市场交易的潜在费用就会阻止企业继续依赖市场，这时垂直兼并就会出现。

因此，在一个工业部门中，资产特定性越高，垂直兼并的现象就应该越普遍。

反之，如果一个工业部门的资产特定性越低，垂直兼并的现象应该减少。

交易费用理论与混合兼并：把混合兼并理解为部门企业组织（M结构）的自然发展，这种混合型组织是为了组织极其复杂的经营活动，因为多部门组织管理互不相关的经济活动可以节约交易费用。

把混合企业组织视为一种内部资本市场是交易费用理论对混合兼并的有力解释。

它反映着资本市场经由管理协调取代市场协调而得以内在化，从而大大提高了资源利用效率。

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>