第一图书网, tushu007.com

<<资本论经营智慧>>

图书基本信息

书名：<<资本论经营智慧>>

13位ISBN编号：9787010094298

10位ISBN编号：7010094292

出版时间：2011-1

出版时间：人民出版社

作者：梅建军

页数：249

字数：185000

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

内容概要

《资本论》是一部博大精深、蕴涵丰富的马克思主义经济学经典巨著。

《资本论》中的商品理论和资本理论对我国现代企业搞好商品经营和资本经营，提高市场竞争力，具有重要的启迪和指导作用。

忠实于《资本论》原著，通俗易懂，实用性强，是梅建军编著的《<资本论>经营智慧》的鲜明特点。

《<资本论>经营智慧》不是为学术而作，而是为应用而作；不是为学者而写，而是为经营者而写。

作者简介

梅建军，1962年出生，山西夏县人，1989年山西大学政治经济学专业《资本论》研究方向硕士研究生毕业，主要从事《资本论》教学和研究工作。
现任山西大学经济与工商管理学院副教授，硕士研究生导师，政治经济学学科带头人，山西大学教学指导委员会专家，兼任山西省《资本论》研究会副会长。
获山西省优秀中青年骨干教师，山西省教学名师荣誉称号。
《资本论》学术研究成果获山西省社会科学研究优秀成果二等奖和山西省“百部篇工程”一等奖，《资本论》教学研究成果获山西省教学成果一等奖。

书籍目录

前言
上篇商品经营
1、了解商品自然属性，确保商品自然品质
2、研究商品自然属性，开发生产系列商品
3、掌握市场所需所欲，生产适销对路商品
4、把握市场需求总量，确保商品有效供给
5、高度重视商品销售，成功完成“惊险跳跃”
6、选择上市时机地点，实现最大交换价值
7、采用正常生产条件，补偿全部劳动耗费
8、提高劳动复杂程度，增加商品社会价值
9、全方位提高劳动生产力，实现商品社会价值最大化
10、“肉体”“灵魂”融为一体，手段目的有机统一
11、依据市场需要变化趋势，适时调整商品生产经营
12、坚持四项基本要求，提高商品经营效益
13、创造维护顾客利益，力争顾客满足满意
14、明确“导向”、“基础”和“依据”，提高商品生产效率
15、尊重定价的科学性，运用定价的艺术性
16、做好产前、产后、售后营销，提高企业整体营销能力
17、交易营销关系营销并重，货币财富信用财富双赢
18、树立全方位竞争理念。
全面提高市场竞争力
19、降低商品生产成本，提高价格竞争能力
20、建立现代企业制度。
确保企业自主经营
21、掌握经营科学艺术，力争企业有方经营
22、实现经营者职业化。
提高企业经营水平
下篇资本经营
23、好马配好鞍，好车配风帆
24、明确资本人格代表，避免资本权益受损
25、搞好商品经营活动，实现资本经营目的
26、使用正常质量生产要素，确保同量资本应有增殖
27、尊重善待激励劳动者，确保同量资本更多增殖
28、树立以人为本理念，淘汰落后增殖方法
29、运用现代增殖方法，实现资本最大增殖
30、全面组织劳动协作，综合提高劳动生产力
31、加强不同形式分工合作，获取多种性质经济利益
32、眼观六路耳听八方，适时调整生产方式
33、内有动力外有压力，增强资本积累驱使力
34、依靠科技创新进步，增加资本积累数量
35、依靠科技创新进步，增强资本“扩张能力”
36、提高竞争力和信用度，增大企业资本总额
37、掌握资本运动原理，实现资本价值增殖
38、通过要素配置最优化，实现资本增殖最大化
39、保持资本运动连续性，实现资本增殖持续化

40、缩短非劳动时间，提高“资本生产效率”
41、节约纯粹流通费用，提高资本增殖能力
42、注重固定资本利用保养，提高固定资本使用效率
43、加快资本周转速度，提高资本增殖效率
44、多种途径齐头并进，全面挖掘生产潜力
45、提高生产要素质量，内涵扩大生产规模
46、综合运用多种方法，多种途径提高利润率
47、扩大企业生产规模，节约使用不变资本
48、充分利用生产废料，大力发展循环经济
49、多种措施齐头并进。
延缓利润率下降趋势
50、区分企业利润和利息，准确衡量资本经营效益

章节摘录

版权页：实话实说，这一时期的《资本论》学习和研究仍然局限于政治经济学领域，只停留在资本主义经济制度和资本主义经济运行机制层面，并没有扩展到政治经济学以外的方面，没有进入到现代企业的生产经营管理层面。
促使我对《资本论》的认识发生变化并着手探索《资本论》对现代企业生产经营管理的指导和启迪作用，源于硕士研究生毕业之后的两件事。
一是承担《市场营销管理》的教学工作。
1989年7月硕士研究生毕业后，我被分配到山西大学经济系任教。
当时由于系里《资本论》和《政治经济学》两门传统学科师资充足，而《市场营销管理》等新兴学科师资短缺，因此，科班出身的我却并没有承担《政治经济学》和《资本论》的教学，而是承担了新兴的、不曾学习研究过的《市场营销管理》的教学。
我在《市场营销管理》的教学活动中发现，《市场营销管理》虽然提出了现代企业应树立的许多经营管理理念，但有些经营管理理念往往缺少令人信服的理论基础。
例如，《市场营销管理》主张现代企业应树立“以消费者需求为中心”、“顾客是上帝”的经营理念，但对于这种经营理念理论基础的说明却不够明确或充分。
为弥补《市场营销管理》之不足，我尝试了“现代企业经营管理理念之理论基础”的研究。
在研究中发现，《市场营销管理》中所提出的许多经营管理理念的理论基础，其实就是马克思《资本论》中所阐明的经济学基本原理。

编辑推荐

《经营智慧》由人民出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

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