

<<企业经营实战演练>>

图书基本信息

书名：<<企业经营实战演练>>

13位ISBN编号：9787122049292

10位ISBN编号：7122049299

出版时间：2009-5

出版时间：化学工业出版社

作者：金志芳 著

页数：105

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>

## &lt;&lt;企业经营实战演练&gt;&gt;

## 前言

企业经营实战演练，又称为企业沙盘模拟培训，源自西方军事上的战争沙盘模拟推演。战争沙盘模拟推演跨越了实兵军演检验与培养高级将领的巨大成本障碍和时空限制，被世界各国普遍运用。

企业培养优秀管理人才同样面临代价高昂的困扰，因此，英、美知名商学院和管理咨询机构开发出了企业沙盘模拟培训这一新型现代培训模式。

它运用独特直观的教具，融入市场变数，结合角色扮演、情景模拟、讲师点评，使参训人员在虚拟的市场竞争环境中，全真体会企业数年的经营管理过程，运筹帷幄，决战商场。

沙盘培训一经面世，就以独特新颖的培训模式、深刻实用的培训效果受到中外企业高级管理人员和培训专家的青睐，目前沙盘培训已成为世界500强企业中80%的中高层管理人员经营管理培训的首选课程。

企业经营实战演练课程的基础背景设定为一家已经经营若干年的生产型企业，参加课程训练的学员被分成N组，每组6~8人，每组各代表不同的企业。

在这门课程中，每个小组的成员将分别担任企业的重要职位（首席执行官、财务总监、销售总监、生产总监等），每组要亲自经营一家拥有一定资产且销售良好、资金充裕的企业，连续从事7个会计年度的经营活动。

面对同行竞争对手、产品老化、市场单一化的情况，公司应如何保持成功及不断的成长是每位成员面临的重大挑战。

该课程涉及整体战略、产品研发、设备投资改造、生产能力规划、物料需求计划、资金需求规划、市场与销售、财务经济指标分析、团队沟通与建设等多个方面。

每一年度经营结束后，学员通过对“企业”当年业绩的盘点与总结，反思决策成败，解析战略得失，梳理管理思路，暴露自身误区，并通过多次调整与改进的练习，切实提高综合管理素质。

在相同资金和相同规则的基础上，通过不同的手段，经过7年的企业运营之后产生不一样的结果。最终根据每个企业的利润和资产等结果评出优胜企业。

沙盘模拟培训特有的互动性、趣味性、竞争性特点，能够最大限度地调动学员的学习兴趣，使学员在培训中处于高度兴奋状态，充分运用听、说、学、做、改等一系列学习手段，开启一切可以调动的感官功能，对所学内容形成深度记忆，并能够将学到的管理思路和方法在实际工作中很快实践与运用。

在沙盘模拟培训中学员得到的不再是空洞乏味的概念、理论，而是极其宝贵的实践经验和深层次的领会与感悟。

本书是为适应课程教学改革，根据企业经营实战演练课程的需要而编写的教材。

本书按照金蝶公司企业经营实战演练的流程进行编写，可以作为企业经营实战演练课程的学员手册。

本书由金志芳主编，周科副主编，董海华、罗元、李涤非、汪亚敏、赵秀云、周奕、杜卫星参编，由洪霄副教授主审。

全书的总体结构设计、统稿等工作由金志芳负责完成。

在本书编写过程中，得到了常州金蝶公司的大力支持以及薛亚华女士的热情帮助，汲取了同行和企业的许多宝贵意见，参考了国内外同行的研究成果，得到了许多领导和同事的关心与指导，对此表示衷心的感谢。

由于编写时间仓促，书中难免有不妥之处，敬请广大读者批评指正。

## <<企业经营实战演练>>

### 内容概要

《企业经营实战演练》采用任务驱动的方式，按照演练过程来编排具体内容。在熟悉企业经营流程和规则的基础上，按照经营年度和经营过程引导学生进行实战演练。每次任务都按照实训目标、实训任务、操作过程、体验讨论和知识链接五个部分展开。值得一提的是，在每次任务后开辟的体验讨论和知识链接模块，使学生在完成任务后能根据经营情况进行深入思考，加深对理论知识的学习和巩固。

《企业经营实战演练》适用于开设企业经营实战演练(沙盘演练)实训的本科和高职院校的学生，也可以作为进行企业经营实战演练社会培训的培训用书。

<<企业经营实战演练>>

书籍目录

任务一 熟悉企业流程及规则1一、实训目标2二、实训任务2三、操作过程2四、体验讨论9五、知识链接9  
任务二 起始年操作13一、实训目标14二、实训任务14三、操作过程14四、体验讨论17五、知识链接18  
任务三 第一年经营21一、实训目标22二、实训任务22三、操作过程22四、体验讨论25五、知识链接26  
任务四 第二年经营29一、实训目标30二、实训任务30三、操作过程30四、体验讨论36五、知识链接37  
任务五 第三年经营41一、实训目标42二、实训任务42三、操作过程42四、体验讨论48五、知识链接49  
任务六 第四年经营51一、实训目标52二、实训任务52三、操作过程52四、体验讨论58五、知识链接59  
任务七 第五年经营65一、实训目标66二、实训任务66三、操作过程66四、体验讨论72五、知识链接73  
任务八 第六年经营75一、实训目标76二、实训任务76三、操作过程76四、体验讨论82五、知识链接83  
任务九 第七年经营89一、实训目标90二、实训任务90三、操作过程90四、体验讨论96五、知识链接98  
附录1 市场概况101  
附录2 广告投入单105  
参考文献106

## <<企业经营实战演练>>

### 章节摘录

三、市场分析 本地市场针对Beryl产品的需求开始减弱，而且利润空间也开始下滑。不过在未来几年中，还是有不少Beryl的需求。而Crystal产品的需求也开始慢慢多起来。

在市场预测中可以看到，区域市场在未来几年，Beryl产品有一定销量，而Crystal产品销量较多。不过，相比本地市场和国内市场而言，区域市场的容量还是要低一些。

亚洲市场的开拓需要三年时间。因此针对其需求量的预测不能特别确定。

该市场可能会有较高的容量，对于高技术含量的产品有较多的倾向性。

国际市场的开拓需要四年的时间。对于那些研发技术和设备相对落后的企业来说，该市场应该是一个比较理想的发展空间，对于Beryl产品的需求较多，而且利润空间较高。

<<企业经营实战演练>>

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>