

图书基本信息

书名：<<MBA工商管理硕士入学考试辅导管理分册>>

13位ISBN编号：9787300024134

10位ISBN编号：7300024130

出版时间：1997-01

出版时间：中国人民大学出版社

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>

书籍目录

目录

第一部分 经济学基本概念

编写说明

学习目的与内容]

第一章 经济组织的基本问题

一、经济活动与经济组织

二、经济资源与经济增长

三 经济目标与经济制度

第二章 经济活动的基本规律

一、稀缺性规律

二、总值、平均值和边际值概念及关系

三、规模经济规律

四、收益递减规律

五 成本递增规律

第三章 市场供给、需求及其均衡

一 市场供给影响因素及供给规律

二、市场需求影响因素及需求规律

三、市场供求平衡规律及均衡价格决定

四 供给弹性与需求弹性

第四章 市场结构与企业模式

一、市场的作用与分类

二、市场结构的类型

三、企业所有制与经营模式

四、企业联合与企业集团

五、企业竞争与竞争策略

[复习思考题]

第二部分 管理学基本原理

[学习目的与内容]

第五章 管理概述

一、管理的作用与任务

二、管理的过程与特性

三、管理者的职责、技能与职业

四 管理的环境要素与特征

第六章 管理与决策

一、决策的含义及其在管理中的地位

二、决策的要素与步骤

三、决策的前提与准则

四 决策的类型与方法

第七章 管理的计划职能

一 计划工作的实质

二、计划的形式

三、计划的过程

四 计划的方法

第八章 管理的组织职能

一、组织体与组织工作

二、职务设计与人员配备

三、部门划分与整合

四、职权关系与组织体制

五 组织运作与变革

第九章 管理的领导职能

一、领导的本质与内容

二、领导的权力基础

三、领导效能的决定因素

四、人性假设与激励

五、信息沟通

六 组织气氛

第十章 管理的控制职能

一、控制的含义与作用

二、控制的过程与要素

三、控制的类型与方法

[复习思考题]

第三部分 市场营销基本知识

[学习目的与内容]

第十一章 市场营销概述

一、市场营销理论中的市场概念

二 企业经营观念的演变

第十二章 市场细分与选择

一、市场细分

二、选择目标市场

三 市场定位

第十三章 市场营销组合

一、产品策略

二、价格策略

三、促销策略

四、分销策略

[复习思考题]

附录一：1997年全国攻读工商管理硕士学位研究生入学
考试管理试题及解题分析

附录二：五套模拟试题及参考答案

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>