

<<公司运营与管理>>

图书基本信息

书名：<<公司运营与管理>>

13位ISBN编号：9787563516605

10位ISBN编号：7563516603

出版时间：2009-1

出版时间：北京邮电大学出版社

作者：赵保国，彭继红 著

页数：397

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>

<<公司运营与管理>>

前言

公司运营与管理是工商管理专业本科生和硕士生的核心课程之一。

传统上它是以制造业或者更确切地说是以机械制造业为背景的，随着工业化社会的到来和服务经济与服务管理研究的发展，它也越来越多地引入了服务于生产运营管理的內容。

传统运营管理的概念局限于生产管理，认为它的管理过程是一种加工转换的过程。

根据不同的生产目的，对生产系统投入不同的生产要素，通过生产系统的加工转换过程，最后生产出各种满足人们不同需要的产品。

本书关于企业运营管理的概念，与传统的企业运营与管理概念有所不同，认为它是由一系列相互关联、连续进行并贯穿于企业管理全过程中的经营管理活动所构成。

这些活动包含人财物、供产销等经营活动过程中的计划、组织、领导、控制等管理职能。

企业的发展实际上很多时候是一种偶然，寻找到一个市场机会，企业就诞生了。

出于一种必然，任何一个企业需要逐步经历诞生、成长壮大、发展高峰、业务回落、再次发展（或者退出市场或转换生存方式：并购别人或者被别人并购）的整个过程。

而实质上对企业家来说，在这个过程中如何甄别市场机会、把握企业战略、合理调配企业的人财物等资源都会影响企业的发展状况。

公司运营和管理其实就是在这样循环和变化中进行的，一个优秀的企业家和创业者必然应该知道在每个阶段如何合理地运营与管理自己的企业，从而使企业健康地发展，获取更多市场机会以发展和强大自己的企业。

<<公司运营与管理>>

内容概要

《公司运营与管理》以现代管理的前沿理论为基础，与企业管理实践相结合，对企业从创业到发展壮大的全过程及在企业运营过程中遇到的各种管理实际问题进行研究并给出了解决方案，帮助企业管理者了解企业由小到大的整个发展过程及在企业发展的各个不同阶段可能会面临的问题，同时从管理学的角度去分析和研究问题产生的原因，将遍布在管理领域的各个领域的知识结合起来，结合大量的案例，形成一本综合且系统的公司运营与管理书籍。

《公司运营与管理》的特色在于把管理实际和管理理论有机地结合起来，能够迅速帮助企业管理者学习到系统的公司运营管理知识和管理方法，具有很强的实用性和针对性。

《公司运营与管理》适合作为管理类本科生、MBA和非管理类专业硕士研究生的教材，也很适合企业管理人员培训学习之用。

书籍目录

第1章 创业1.1 创业概述1.1.1 创业的概念及其本质1.1.2 创业者1.1.3 创业企业的分类1.1.4 创业的一般过程1.2 创业机会与商业模式1.2.1 创业机会的概念与类型1.2.2 创业机会的识别1.2.3 创业机会的评价1.2.4 商业模式的概念与作用1.3 创业计划1.3.1 创业计划概念及作用1.3.2 制订创业计划的步骤1.3.3 编制创业计划的基本原则1.3.4 创业计划书的主要内容1.4 创业融资1.4.1 创业融资的特点1.4.2 创业融资的类型1.4.3 创业企业不同发展阶段的资金来源1.4.4 创业者在寻求创业投资时常见"陷阱"第2章 创办新企业2.1 新创企业的市场进入模式2.1.1 创建新企业2.1.2 收购企业2.1.3 特许经营2.2 新创办企业的相关法律问题2.2.1 企业法律形式的选择2.2.2 有关知识产权的法律法规2.3 新企业的注册登记2.3.1 企业注册登记的概述2.3.2 企业注册登记时应准备提交的文件2.3.3 注册步骤第3章 创办初期企业的运营与管理3.1 创办初期企业的成长规律3.1.1 初创企业生命周期与企业成长阶段3.1.2 创办初期企业与管理规范企业的区别3.2 创办初期企业的营销管理3.2.1 创办初期企业营销的特殊性3.2.2 创办初期企业的营销策略3.3 创办初期企业的财务管理3.3.1 创办初期企业财务管理中的问题3.3.2 创办初期企业财务管理的提升方式3.4 创办初期企业的人力资源管理3.4.1 创办初期企业人力资源管理的特点3.4.2 创办初期企业人力资源管理不足的原因分析3.4.3 创办初期企业人力资源管理的重要环节3.5 创办初期企业文化建设3.5.1 企业文化概述3.5.2 创办初期企业文化的建设的特点3.5.3 创业者与企业文化建设第4章 中小型企业战略管理4.1 企业战略管理概述4.1.1 企业战略的概念4.1.2 企业战略管理理论4.2 中小型企业战略管理4.2.1 中小型企业与大型企业战略的差异4.2.2 中小型企业战略管理的特点4.3 中小型企业战略的制定及实施4.3.1 中小型企业战略环境分析方法4.3.2 中小型企业成长战略类型与内容4.3.3 中小型企业战略分析与选择4.4 我国中小型企业战略管理实践4.4.1 我国中小型企业战略管理中存在的问题4.4.2 提升我国中小型企业战略管理的对策第5章 中小型企业的人力资源管理5.1 中小型企业的人力资源管理特点5.2 中小型企业工作分析5.2.1 工作分析概述5.2.2 工作分析的方法5.3 中小型企业人员招募与甄选5.3.1 人员招募5.3.2 人员甄选5.4 中小型企业培训系统5.4.1 企业人力资源培训与开发的定义5.4.2 设计有效的培训系统5.5 中小型企业绩效管理5.5.1 绩效管理概述5.5.2 绩效管理常用方法5.6 中小型企业薪酬管理5.6.1 薪酬管理概述5.6.2 薪酬制度5.7 我国中小型企业人力资源管理现状及对策5.7.1 我国中小型企业人力资源管理现状5.7.2 我国中小型企业人力资源管理对策第6章 中小型企业财务管理6.1 中小企业财务管理的概述6.1.1 财务管理的对象6.1.2 中小企业财务管理的特点6.1.3 中小企业财务管理的职能6.1.4 中小企业财务管理目标6.1.5 影响财务管理目标实现的因素6.2 中小企业财务管理原则6.2.1 有关竞争环境的原则6.2.2 有关创造价值的原则6.2.3 有关财务交易的原则6.3 中小企业财务环境分析6.3.1 中小企业税收政策6.3.2 中小企业信贷政策6.3.3 中小企业信用担保体系6.3.4 公共工程与政府采购6.4 中小企业财务管理内容6.4.1 中小企业营运资金管理6.4.2 中小企业投资管理6.4.3 中小企业筹资管理6.5 我国中小企业财务管理现状及解决措施6.5.1 财务管理现状6.5.2 解决措施第7章 中小型企业营销管理7.1 中小型企业营销管理的基本原理7.1.1 中小型企业营销管理7.1.2 中小型企业营销管理的原则7.2 中小型企业营销管理产品策略7.2.1 产品策略选择的理论依据7.2.2 品牌与品牌策略7.2.3 产品组合策略7.3 中小型企业营销管理定价策略7.3.1 影响企业定价的因素7.3.2 产品定价策略7.3.3 产品定价方法7.4 中小型企业营销管理渠道策略7.4.1 营销渠道的职能与结构7.4.2 营销渠道管理7.4.3 中小型企业营销渠道的建立7.5 中小型企业营销管理促销策略7.5.1 促销与促销的作用第8章 企业战略定位第9章 大型企业的运营与管理第10章 企业上市第11章 管理层收购第12章 企业转型

章节摘录

6.2.1 有关竞争环境的原则 1. 自利行为原则 自利行为原则是指人们在进行决策时按照自己的财务利益行事，在其他条件相同的情况下，人们会选择对自己经济利益最大的行动。

自利行为原则的依据是理性的经济人假设。

该假设认为，人们对每一项交易都会衡量其代价和利益，并且会选择对自己最有利的方案来行动。

自利行为原则假设企业决策人对企业目标具有合理的认识程度，并且对如何达到目标具有合理的理解。

在这种假设情况下，企业会采取对自己最有利的行动。

2. 双方交易原则 双方交易原则是指每一项交易都至少存在两方，在一方根据自己的经济利益决策时，另一方也会按照自己的经济利益决策行动，并且对方和你一样聪明、勤奋和富有创造力，因此你在决策时要正确预见对方的反应。

双方交易原则的建立依据是商业交易至少有两方，交易是“零和博弈”，并且各方都是自利的。每一项交易都有一个买方和一个卖方，这是不争的事实。

无论是买方市场还是卖方市场，在已经成为事实的交易中，买进的资产和卖出的资产总是一样多。

例如，在证券市场上，卖出一股就一定有一股买入。

既然买入的总量与卖出的总量永远一样多，那么一个人的获利只能以另一个人的付出为基础。

一个高的价格使购买人受损而卖方受益，一个低的价格使购买人受益而卖方受损，一方得到的与另一方失去的一样多，从总体上看，双方收益之和等于零，故称为“零和博弈”。

双方交易原则要求在理解财务交易时不能“以我为中心”，即在谋求自身利益的同时要注意对方的存在，以及对方也在遵循自利行为原则行事。

这条原则要求我们不要总是“自以为是”，错误认为自己优于对手。

双方交易原则还要求在理解财务交易时要注意税收的影响。

由于税收的存在，主要是利息的税前扣除，使得一些交易表现为“非零和博弈”。

政府是不请自来的交易第三方，凡是交易政府都要从中收取税金。

<<公司运营与管理>>

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>