

<<现代企业管理>>

图书基本信息

书名：<<现代企业管理>>

13位ISBN编号：9787564025298

10位ISBN编号：7564025298

出版时间：2009-7

出版时间：北京理工大学出版社

作者：谢和书，陈君，徐雅娟 编

页数：328

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>

<<现代企业管理>>

前言

本教材在编写过程中,力求做到内容完整、简洁、够用、适度;同时结合加强实践教学和强化技能培养的教育目标,注重培养学生思路的形成、方法的掌握和能力的执行。

正是由于本书具有定位明确、理论适中、内容翔实、案例鲜活、贴近实际等特点,同时本书突出实用性,适用范围宽泛且通俗易懂,便于学习理解和掌握,因此本书适用于应用型人才培养的需要,特别适用于工商管理、市场营销、旅游与饭店管理、人力资源管理、文秘等专业的主修课教材,也可供广大社会自学者参考使用。

本书的编写有以下4个特点。

1.以培养市场需要的高技能型人才为导向。

本教材建立在培养高技能型应用人才的办学理念基础上,从编写指导思想,到构建课程内容体系,都以培养学生的综合管理技能与素质为出发点和归宿,努力打造充分体现应用型特色的实用教材。

2.以“理论+案例+技能拓展训练”的编写模式构建新的课程内容体系。

课程内容体系设计突出4点:一是补充了一些有关企业管理的新理论、新成果,如战略管理、学习型组织、企业文化、人力资源管理等内容;二是增加了一些企业管理案例教学和技能训练教学内容,从而较好地解决了理论与实践的结合问题,使课程具有极强的针对性、适应性;三是建立了学习目标(学习目标分为知识点和技能点)、走进管理、思考与练习、案例分析等教材编写模式,以加强学生对关键知识的领会和认识;四是在每章最后设计了技能拓展训练项目,并具体设计了“训练目的”、“训练内容与要求”、“成果与检测”等一种集“教、学、做”于一体的新型教材模式,不但可以培养学生理论联系实际的能力,而且在某种程度上也可以展示学生的企业管理才能。

3.内容完整、简洁、够用、适度。

本书从够用和适度出发,按照应用型人才培养目标的要求和学生所应掌握的管理基本理论与内容进行编制,理论体系完整,知识量适中,深浅适度。

4.内容体系的可选性和针对性强。

本书的内容体系分为三篇十四章,从三个层面上对企业管理理论、内容进行了编写。

第一篇为企业与管理概论篇,包括第一章企业概述、第二章企业制度与现代企业制度、第三章管理概论、第四章企业决策管理、第五章企业计划与控制管理、第六章人力资源管理、第七章企业领导者;第二篇为经营篇,包括第八章企业战略管理、第九章企业营销管理、第十章财务管理;第三篇为生产篇。

<<现代企业管理>>

内容概要

《现代企业管理》是一部关于现代企业管理学理论与技能方面的专门教材。书中基于现代企业管理的基本知识、经营管理和生产管理等内容，系统、全面地阐述了现代企业管理学的基本理论和方法。

全书共分三篇十四章，第一篇为企业与管理概论篇，包括第一章企业概述、第二章企业制度与现代企业制度、第三章管理概论、第四章企业决策管理、第五章企业计划与控制管理、第六章人力资源管理、第七章企业领导者；第二篇为经营篇，包括第八章企业战略管理、第九章企业营销管理、第十章财务管理；第三篇为生产篇，包括第十一章企业生产管理、第十二章企业新产品开发管理、第十三章物流管理（企业内部物流）、第十四章企业质量管理。

在每章理论阐述后，都附有思考与练习、案例分析、技能拓展训练等栏目，力图探索一种集“教、学、做”一体的新型教材模式，以尽可能适应应用型人才培养的需要。

《现代企业管理》适用于高校各类专业使用，特别适用于工商管理、市场营销、旅游与饭店管理、人力资源管理、文秘等专业的主修课教材，也可供广大社会自学者参考使用。

书籍目录

第一篇企业与管理概论篇第一章 企业概述第一节 现代企业的概念、特征和目标第二节 现代企业的类型第三节 现代企业管理组织的概念和内容第二章 企业制度与现代企业制度第一节 企业制度第二节 现代企业制度第三节 企业文化第三章 管理概论第一节 管理概念第二节 企业管理理论的产生与发展第四章 企业决策管理第一节 企业决策概论第二节 企业决策过程第三节 企业决策技术和方法第五章 企业计划与控制管理第一节 企业计划类型与编制第二节 企业计划编制方法简介第三节 目标管理第四节 控制管理第六章 人力资源管理第一节 企业人力资源管理概述第二节 企业人力资源战略与规划第三节 企业职务分析第四节 企业人力资源的招聘与培训第五节 企业人力资源的绩效考核第六节 企业人力资源的薪酬管理第七章 企业领导者第一节 领导者概述第二节 企业领导者的领导理论第三节 企业领导的激励功能第四节 企业领导者的沟通职能第二篇经营篇第八章 企业战略管理第一节 企业战略管理概述第二节 企业总体战略第三节 企业竞争战略第四节 企业战略的实施第五节 企业战略的控制第九章 企业营销管理第一节 市场营销概述第二节 市场营销调研与预测第三节 市场营销组合策略第四节 企业营销的新发展第十章 财务管理第一节 企业财务管理简介第二节 企业筹资管理第三节 企业成本、费用和利润管理第四节 企业投资管理第三篇生产篇第十一章 企业生产管理第一节 企业生产管理概述第二节 企业生产过程组织_第三节 企业生产计划第四节 企业生产控制第十二章 企业新产品开发管理第一节 企业新产品开发与管理概述第二节 新产品开发计划第三节 新产品开发策略第四节 新产品开发程序第五节 价值工程与原理应用第十三章 物流管理（企业内部物流）第一节 物流管理的概念及内容第二节 在制品管理概述第三节 库存管理第十四章 企业质量管理第一节 企业质量管理概述第二节 企业质量控制参考文献

章节摘录

事业部制的具体做法是：在总公司下按产品、地区、销售渠道或顾客设若干部或分公司，使它们成为自主经营、独立核算、自负盈亏的利润中心。

总公司只保留方针政策制定、重要人事任免等重大问题的决策权，其他权力尤其是供、产、销和产品开发方面的权力尽量下放。

这样，总公司就成为投资决策中心，事业部是利润中心，而下属的生产单位则是成本中心，并通过实行“集中政策下的分散经营”，将政策控制集中化和业务运作分散化有机地统一起来，使企业最高决策机构能集中力量制定公司总目标、总方针、总计划。

事业部在不违背公司总目标、总方针和总计划的前提下，充分发挥主观能动性，自主管理日常生产经营活动。

在管理实践中，企业可依据产品、地区、顾客类型、销售渠道等划分事业部。

如宝洁公司按产品类型进行划分，麦当劳公司按地理区域进行划分，银行则按顾客类型进行划分。

按这些方式进行部门设计的结果就形成了自我包容的半独立性分部。

可见，事业部制组织结构的内部包含职能型机构，一般适用于具有较复杂的产品类别或较广泛的地区分布的大型企业。

事业部制组织的优点：各事业部单独核算、自成体系，专业性得到高度发挥。

最高管理层能够摆脱日常行政事务，集中精力进行长远的战略规划，同时也有利于调动事业部管理层的积极性，有利于培养高级综合管理人才。

缺点：各事业部职能部门重复设置，管理机构重叠，管理成本上升。

由于各事业部有独立经济利益，容易滋长本位主义倾向，不利于事业部之间的相互协调、支援。总公司和事业部之间的集权与分权关系处理起来难度较大。

（六）立体的多维组织及其特点与适应性 立体的多维组织是相对于矩阵制组织的二维组织方式而言的。

它是近年来随着组织环境全球化、国际化的变化趋势而出现的一种新型的组织形式。

它是从系统论的观点出发构建的一种复杂、多维的组织结构形式。

以某跨国家电力企业组织结构为例，其结构可分为三维。

<<现代企业管理>>

编辑推荐

《现代企业管理》从够用和适度出发，按照应用型人才培养目标的要求和学生所应掌握的管理基本理论与内容进行编制，理论体系完整，知识量适中，深浅适度。

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>