第一图书网, tushu007.com

<<如何制定企业经营计划>>

图书基本信息

第一图书网, tushu007.com

<<如何制定企业经营计划>>

内容概要

本书是一本优秀的企业管理学论著。
作者以企业计划的制定过程为框架，对企业战略管理的诸多方面进行了比较全面的理论介绍和分析，并通过生动、详实的企业经营案例，揭示了企业经营管理之道，给人以警示。
本书将理论与实际相结合，取材丰富，见解独到，语言朴实活泼，使较为深奥的企业管理理论和方法变得浅显易懂。
本书既适用于教学和培训，也适用于企业管理人员自学。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

第一图书网, tushu007.com

<<如何制定企业经营计划>>

书籍目录

第一部分 确定方向
第一章 企业计划的开始
计划概述
展望未来
回顾过去
人际关系
计划者的任命
书面计划的编写
行政总结
公司概况
企业环境
公司的描述
公司的战略
财务回顾
行动计划
第二章 正确的方针
企业的宗旨
开始准备
确定公司的宗旨
目的与目标
没有目标的困惑
如何制定公司的目的与目标
效率与效果
目标管理
确定公司的目的和目标
目的的确定原则
目标的确定原则
正确的目的与目标
避免陷阱
时间就是一切
第三章 企业的社会责任与道德
价值观为什么重要
棘手的选择
无价值观带来的后果
有价值观的好处
价值观的识别
投资者
其他有关者
信条和原则
价值观的整理
制定价值说明的快速方法
制定价值说明的酝酿过程
公司远见说明的编写
第二部分 市场分析
第四章 企业环境分析

第一图书网, tushu007.com

企业的定义
行业分析
结构
市场
人际关系
财务
信息咨询
成功的决定因素
技术
制造
人力资源
组织
服务
选址
营销
分销渠道
政府法规
机会与威胁
商机无限
阴霾密布
第五章 顾客分析
谁是你的顾客
好顾客
差顾客
别人的顾客
顾客的购买理由
理解需要
确定动机
顾客是如何作出选择的
感觉就是现实
采用的五个步骤
牢记大局
企业客户
间接要求
正式的决策
需要认真估计的力量
第六章 顾客分类
市场细分的定义
市场细分的方法
谁在买
顾客买什么
顾客为什么买
有用的细分市场
细分市场的大小
顾客可以被识别吗
你能接近市场吗
细分市场中顾客的行为

第一图书网, tushu007.com

第七章 竞争
了解竞争对手
识别真正的竞争对手
以顾客选择为基础的竞争
以产品使用为基础的竞争
以战略为基础的竞争
未来的竞争
了解竞争对手的行动
确定他们的能力
市场战略评价
预测竞争对手的行动
竞争者的目的
竞争者的假设
赢得竞争
事实和数字
选择你的战场
第三部分 公司的前景
第八章 企业形势分析
形势分析
优势和劣势的识别
参考的框架
能力和资源
成功的决定因素
形势分析的三维法
竞争对手一瞥
SWOT分析法
第九章 发挥优势
对公司事务的描述
价值链的构建
不同价值链的比较
锻造你的价值链
优势的发挥
竞争优势
核心能力
优势的保持
资源的配置
第十章 财务
损益表
收入
成本
利润
资产负债表
资产
负债和所有者权益
现金流量表
现金收入与现金支出
净现金流量

第一图书网, tushu007.com

财务比率
短期负债
长期负债
相对盈利能力
第十一章 预测与预算
财务预测
假设的损益表
估计的资产负债表
估计的现金流量表
其他财务备选方案
杜邦分析体系
假设分析
预算的编制
预算的基本内容
如何编制预算
第四部分 展望未来
第十二章 变革
变革的方面
经济趋势
技术趋势
美国政府趋势
文化趋势
变革的预测
趋势预测
设想方案法
变革的影响
几率理论
是赢还是输
第十三章 战略
制定战略的重要性
战略的概念
战略何时起作用
战略应用
低成本领先战略
别具一格战略
产品的特色
产品的质量
产品的包装
专一化战略
战略选择
领导与追随战略
制定你自己的战略
第十四章 多元化管理
产品的生命周期
开始阶段
发展阶段
成熟阶段

第一图书网, tushu007.com

衰退阶段
现有的产品和市场
发展之路
同样的产品，同样的市场
新市场或新产品
新产品和新市场
产品的业务组合管理
战略事业单位
瞄准吉星
增加优势与吸引力
第五部分 计划者的工具箱
第十五章 计划的实施
公司的组织结构
计划的检查
组织结构的类型
确定自己的组织结构
组织设计的程序
人员准备
领导能力
技能发展
公司文化
第十六章 企业计划范例
公司回顾
企业环境
公司描述及战略
行动计划
财务回顾
第六部分 企业计划的十招与十忌
第十七章 计划的十个问题
企业目的与宗旨有联系吗
你能指出主要的机会吗
你为威胁做好准备了吗
你为顾客定义了吗
你了解竞争对手吗
你了解自己的优势与劣势吗
你的战略有意义吗
你的财务报表怎么样
你真的为变革做好准备了吗
你的计划是否适时而简明扼要
第十八章 十个易犯的错误
没能事先做计划
忽视价值观和远见说明
对顾客的主观臆断
低估竞争者
忽略你的优势
把预算误认为计划
回避合理的风险

第一图书网, tushu007.com

独断专行
害怕变革
忽视激发与奖励的作用
第十九章 十个最好的组织结构
Netscape通讯公司
哈佛大学
LEGO集团
圣马利诺共和国
通用电气公司
60年代的波士顿凯尔特人队
麦当劳
麦当娜
西南航空公司
确定你的组织结构
译者后记

第一图书网, tushu007.com

<<如何制定企业经营计划>>

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