

<<企业管理学>>

图书基本信息

书名：<<企业管理学>>

13位ISBN编号：9787801625830

10位ISBN编号：7801625838

出版时间：2003-1

出版时间：胡宇辰 经济管理出版社 (2003-01出版)

作者：胡宇辰 著

页数：472

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>

<<企业管理学>>

内容概要

管理实践自古有之，但管理作为一门科学，则是随着资本主义工业生产的发展，工厂制度的出现，机器大工业生产逐步代替手工业生产，大规模的协作劳动成为基本劳动形态才应运而生的。

企业管理研究的对象是什么？

企业管理研究的对象是企业。

什么是企业？

是指从事商品生产，流通和服务活动，为满足社会需要和盈利，进行自主经营，自负盈亏的经济组织。

企业为什么需要管理？

马克思曾经说过；一切规模较大的直接社会劳动或共同劳动，都或多或少地需要指挥，以协调个人的活动，并执行生产总体的运动——不同于总体的独立器官的运动所产生的各种一般职能。

一个单独的提琴手是自己指挥自己。

一个乐队就需要一个乐队指挥。

也就是说，管理是社会化大生产的产物，凡是人群共同活动的组织都需要管理。

管理的这种性质是不以人的意志为转移的，也不会因为社会制度和意识形态的不同而改变，这完全是一种客观的存在，是管理的共性，管理既是一门科学，又是一项社会实践活动；管理理论对管理实践具有重要的指导作用。

企业管理有哪些职能？

一般地说，企业管理包括决策、计划方法能推进科学。

可见，掌握科学的研究与方法是谁进科学发展的重要手段。

<<企业管理学>>

书籍目录

1. 管理理论篇 第一章 企业管理概论 第二章 西方企业管理理论的发展 第三章 现代企业制度 第四章 业领导与企业组织 第五章 企业文化2. 经营战略篇 第六章 企业经营环境与经营能力 第七章 市场调查与市场预测 第八章 企业经营决策与经营计划 第九章 企业经营战略3. 营销策略篇 第十章 企为产品策略 第十一章 企业产品定价整策略 第十二章 企业产品分销渠道策略 第十三章 企业产品促销策略 第十四章 网络营销4. 生产运作管理篇 第十五章 生产组织 第十六章 生产计划 第十七章 网络计划技术 第十八章 工作设计与劳动组织 第十九章 全面质量管理 第二十章 物料需求计划 第二十一章 准时生产制5. 企业管理咨询篇 第二十二章 企业管理咨询 参考文献

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>