

面向“十二五”示范应用型高校规划教材

QIYE GUANLI

企业管理

YU SHICHANG YINGXIAO ANLI

与市场营销案例

王寅嵩 刘书娴◎主编



合肥工业大学出版社
HEFEI UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

面向“十二五”示范应用型高校规划教材

企业管理与市场营销案例

主编 王寅嵩 刘书娴

合肥工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业管理与市场营销案例/王寅嵩,刘书娴主编. —合肥:合肥工业大学出版社,2015.9

ISBN 978-7-5650-2320-0

I. ①企… II. ①王… III. ①企业管理—案例—高等学校—教材②市场营销—案例—高等学校—教材 IV. ①F270②F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 161750 号

企业管理与市场营销案例

王寅嵩 刘书娴 主编

责任编辑 马成勋

出 版	合肥工业大学出版社	版 次	2015 年 9 月第 1 版
地 址	合肥市屯溪路 193 号	印 次	2015 年 9 月第 1 次印刷
邮 编	230009	开 本	710 毫米×1000 毫米 1/16
电 话	理工编辑部:0551—62903200 市场营销中心:0551—62903198	印 张	23
网 址	www.hfutpress.com.cn	字 数	430 千字
E-mail	hfutpress@163.com	发 行	全国新华书店
		印 刷	合肥学苑印务有限公司

ISBN 978-7-5650-2320-0

定价:46.00 元

如果有影响阅读的印装质量问题,请与出版社发行部联系调换。

前 言

改革开放近 40 年来,我国经济发展从“计划经济”转变为“市场经济”,国家和人民生活发生了巨大的改变。

家庭是社会的细胞,企业是经济的细胞。企业管理和市场营销是市场经济的两大理论板块,也是独立的学科和专业。企业管理和市场营销也是企业在运营过程中密不可分的,本书把两大板块分别叙述并加以融合。旨在帮助读者逐渐接触和熟悉企业的组成、运营和发展以及市场的细分、进入和变化,使其思索如何把所学的知识运用到经济建设中去。树立投身经济建设、创造社会价值的主流价值观。

全书共分为 10 章,主要内容包括企业管理概论、企业经营管理、企业生产管理、企业质量管理、企业人力资源管理、市场与营销概念、市场调查与市场预测、市场预测、目标市场营销、企业市场营销组合等。

与同类教材相比,本书的主要特色体现在以下 3 个方面:

(1)从企业管理的基本理论原理出发,按照企业管理的系统重点介绍企业的专业职能管理,并附加有关企业管理的专项内容简述。

(2)为了便于学生更好掌握学习本书内容以及教师组织课堂教学,每个知识点后都附上一则“案例分析”,通过大量实际案例分析,可以帮助学生理解蕴藏在案例中的知识,并协助教师通过案例分析有效的组织课堂教学。

(3)为了突出对学生应用实践能力的培养,本书在基本理论原理阐述的基础上,各章都增添了多个思考与练习,着重培养学生活学活用的实践能力,增强了本书的应用性与可读性。

本书由皖西学院王寅嵩老师、刘书娴老师主编,王寅嵩老师负责提纲拟定、统稿、定稿。本书在编写过程中,参考了许多专家、学者的有关论著,吸取了多方面的研究成果,借此机会向他们表示最诚挚地谢意。

由于作者水平有限,书中难免存在错误和疏漏之处,欢迎大家批评指正。

王寅嵩

2015年7月

目 录

第 1 章 企业管理概述	(1)
1.1 现代工业企业	(1)
1.2 企业管理原理	(10)
1.3 企业组织	(16)
1.4 企业文化	(22)
1.5 成立新公司的程序	(28)
第 2 章 企业经营管理	(31)
2.1 经营战略	(33)
2.2 经营决策	(45)
2.3 经营计划	(54)
第 3 章 企业生产管理	(59)
3.1 生产管理	(59)
3.2 生产过程组织	(65)
3.3 生产计划	(76)
第 4 章 企业质量管理	(91)
4.1 质量管理及发展	(91)
4.2 常用的质量管理方法	(97)
4.3 ISO9000 系列标准及质量认证	(102)
4.4 企业环境质量管理	(106)
第 5 章 企业人力资源管理	(116)
5.1 人力资源开发与管理概述	(116)
5.2 人力资源规划和工作分析	(119)
5.3 人力资源吸收——员工招聘	(125)
5.4 绩效考评	(131)

5.5	人力资源开发与培训	(138)
5.6	职业生涯管理	(146)
5.7	薪酬管理	(148)
5.8	人力资源保护	(161)
5.9	社会保险	(166)
第6章	市场与营销概念	(167)
6.1	市场	(167)
6.2	市场营销	(169)
第7章	市场调查与市场预测	(183)
7.1	市场调查概述	(183)
7.2	市场调查的内容	(186)
7.3	市场调查的方法	(188)
7.4	市场调查的程序	(190)
7.5	市场调查问卷的设计	(191)
第8章	市场预测	(207)
8.1	市场预测的概念和作用	(207)
8.2	市场预测的过程	(210)
8.3	市场预测的方法与基本要求	(211)
第9章	目标市场营销	(226)
9.1	市场细分	(226)
9.2	目标市场的选择	(234)
9.3	市场定位	(240)
第10章	企业市场营销组合	(246)
10.1	营销组合的简介	(246)
10.2	产品策略	(258)
10.3	价格策略	(276)
10.4	渠道销售策略	(292)
10.5	促销策略	(300)
附录一		(321)
附录二		(355)

第1章 企业管理概述

1.1 现代工业企业

1.1.1 现代企业的概念

(1) 企业 [Enterprise]

“企业”一词，最早是由英文“Enterprise”翻译而来，国外通常把它作为工商业组织的全称。今天企业主要指独立的营利性组织，并可进一步分为公司和非公司企业，后者如合伙制企业、个人独资企业、个体工商户等。

根据经济学完整的定义：企业是以盈利为目的，为满足社会需要，依法从事商品生产、流通和服务等经济活动，实行自主经营、自负盈亏、自我发展的法人实体和市场竞争主体。

(2) 形成企业应具备的条件

① 企业必须是活跃在生产、流通和服务等领域的经济组织，从而使它有别于行政机关组织和教育事业单位。国家的政府机构虽然也有经济管理的职能，但因为它只能从宏观上进行间接地调控，并不直接从事经济活动的运作，因此不能算是经济组织；科技教育等事业单位，其目的是发展高新技术、培养社会需要的各类人才和具有高素质的社会劳动大军，以及不断发展社会文化事业，虽说也要考虑投入与效益状况，但由于其从事活动的目的不是盈利，因而它们也就不属于企业的范畴。

② 企业必须是具备盈利的资源条件而从事社会化生产、流通和服务的个体经济实体。企业发展到今天，它必须拥有盈利的有形资产，如固定的生产经营场所，一定数量的现代设施条件和资本金，以及一定的从业人员，还要有一个相对稳定的组织机构；更必须具有无形财富，像具有战略意识的企业家队伍，利用与创新现代科技的科技人才，拥有市场经营才能的经营管理者，从而使企业与什么都没有的“皮包公司”相区别，也使它区别于手工业、小

生产的自然经济单位。

③ 企业必须是一个自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展的商品生产经营单位。产业已不是政府的附属物，而是相对独立的社会经济“细胞”，因此企业的生产经营活动必须全面体现“四自”的要求。所谓自主经营，是指企业能够在国家宏观调控指导下，根据市场需求，自主地对生产经营计划、资金投向安排、流动资金支配、产品劳务定价以及企业内部的劳动、人事、工资奖金分配等方面做出决策，并组织实施的权利。自负盈亏，是指企业能够对其生产经营成果独立地享有相应权益和承担相应责任的行为。自我约束，是指企业能够遵守国家法律法规的规定，正确处理国家与企业、企业与职工以及企业与企业各种关系，兼顾全局利益和局部利益、当前利益与长远利益、自觉规范企业行为的内部机制。自我发展，是指企业能够在市场竞争中，通过增加投入，推动技术进步，强化经营管理，增强竞争实力，实现企业资产的增值能力。

④ 企业必须取得法人的地位。所谓法人，是指依法成立并能以自己的名义行使权利和承担义务的组织。它是法律用语，是“自然人”的相对称呼。所以说，企业要取得法人资格，必须按照法律的程序组建，依据法律、法规从事经营活动，并可用法律的手段来保护自己合法的经济权益。与此同时，也要直接承担在经济活动中的法律责任。因此，企业法人是具有民事权利能力和民事行为能力的经济组织。它们就像自然人一样享有法律上的权利与义务，可以发起或接受诉讼。具有民事权利能力和民事行为能力，依法独立享有民事权利和承担民事义务。

综上所述，企业是拥有有形资产和无形资产的社会组织，是采用现代化的生产技术和市场营销手段从事生产、流通、服务等活动的经济组织，是实行“四自”要求以盈利为目的的商品生产经营组织，是具有一定权利和义务的法人组织。因而，企业只是现代社会经济活动的一种组织形式，是社会再生产过程的基本单位或“细胞”，是市场竞争的主体和法律约束的实体。

(3) 公司

公司是指一般以盈利为目的，从事商业经营活动而成立的组织，通俗意义上区别于“厂”。公司在英美称 Company，公司在日韩称 こうしゃ，翻译成中文就是“会社”。

根据现行中华人民共和国之公司法（2005 年）第二条：本法所称公司是指依照本法在中国境内设立的有限责任公司和股份有限公司。两类公司均为法人（民法通则 36 条），投资者可受到有限责任保护。通过下面的网址可以加以区别。

案例 1.1

你知道以下网址的区别吗?

<http://www.baidu.com.cn> (百度网址)

<http://www.wxc.edu.cn> (皖西学院网址)

<http://www.xinhua.org> (新华网网址)

<http://www.luan.gov.cn> (六安市人民政府网)

<http://www.gimoo.net> (积木网, 学习编程技术网址) 其中: com (Company) 公司; edu (Education) 教育; org (organization) 非营利性组织; gov (Government) 政府; net (XML Web services) 网络服务公司, 为个人或是商业提供服务。

(4) 法人

法人是指法律上具有人格的组织, 它们就像自然人一样享有法律上的权利与义务, 可以发起或接受诉讼。具有民事权利能力和民事行为能力, 依法独立享有民事权利和承担民事义务。就像自然人一样, 法人可以承担刑事责任, 不过跟自然人不同之处就是自由刑对法人而言并不适用, 法人所接受的刑罚一般以罚款为限。自由刑是以剥夺人的基本权利之一的自由为主要内容的刑罚, 受刑者在一定的设施内被拘禁。从法律的意义来理解, 是个人法益的剥夺。

(5) 有限责任公司

在中国大陆一般简称为有限公司。有限公司是一种公司的组织形态, 《中华人民共和国公司法》允许有限责任公司的建立。公司名称必须有“有限公司”或“有限责任公司”的字样。在某些地方, 有限公司与股份有限公司不同, 有限公司相对适合中小型企业, 股份有限公司相对适合大型企业。但是两者的责任都是有限的。它的特征是:

① 股东人数较少。 $2 \leq N \leq 50$, 但新公司法准许成立一人有限责任公司。

② 股权买卖受限制。这类公司不对外公开发行股票股东的出资额由股东们自己协商确定, 资本无需等额股份, 股单只能作为享有权益的凭证, 不能自由买卖。股东出让股权时, 一般要征得其他股东的同意, 而且老股东具有优先认购权。

③ 人合性强。由于股东人数少, 股东身份也比较稳定, 因此股东之间的关系相对紧密, 容易同意意志和组织管理, 并且绝大多数股东直接参与公司的管理经营, 管理者能够保持较高的责任心。

④ 公司信用程度不高。有限公司成立、歇业、甚至解散的程序比较简单, 内部机构设置灵活, 同时无需向公众公开账目。正因如此, 其筹集资金范围

和规模比较小,难以适应大规模生产经营活动的需要,只适用于中小企业。此类企业数量大,但资本总额与股份有限公司相差甚远因而其经济地位相对较弱。

(6) 股份有限公司

它是把全部资本分为等额股份,并通过发行股票筹集资金,由若干负有限公司的股东按一定的法律程序组建的企业法人。公司以其全部资产对公司承担债权债务。其特征是:

- ① 发行股票集资,股东人数的下限受到限制。
- ② 股权平等。股东按持股比例享受权利和承担义务。
- ③ 股权依法自由转让。可以通过自由买卖随时让渡股份。

④ 定期公布通过审定的财务报告。为了保护投资者的权益,股份公司在每个财务年度末公布公司的年度报告,其中包括董事会的年度报告、公司损益表和资产负债表。

⑤ 绝大多数股东不直接参与企业的日常经营管理,而是通过股东大会对董事会、监事会、经理人员分层委托授权,建立法人治理机构来完成对企业的经营管理。

(7) 有限责任制度

无论是有限责任公司还是股份有限公司都以其全部财产对公司的债务承担责任。有限责任公司的股东以其认缴的出资额为限对公司承担责任;股份有限公司的股东以其认购的股份为限对公司承担责任。

案例 1.2

王先生办了一个养牛场,登记了一家乳制品有限公司,注册资金为 50 万元人民币,由于经营不善,在两年里就破产了,赔偿全部债务之后,尚拖欠工人工资 20 万。在某天下午王先生看到自己厂里的员工聚集在自己家的门口而且扬言要把屋子里的家电等值钱的东西拿去变卖作为工资抵债。这时王先生和讨债的员工商量不好,情急之下王先生只好报警。警察来了之后劝退了员工,并且警告这些员工要是再出现这种情况就要对其追究法律责任。站在工人的角度,要回自己的工资,挽回损失是没有错的。但是站在王先生的角度,法律是否准许工人侵害王先生的私有财产?你对此案如何理解?

(8) 现代企业的特征

- ① 明晰的产权关系;
- ② 所有者和经营者相分离;
- ③ 拥有并系统采用现代技术;
- ④ 实施科学管理;
- ⑤ 企业规模化和专业化统一。

(9) 生物技术企业

指运用基因技术、组培技术、蛋白质技术,利用生物体(含动物,植物及微生物的细胞)来生产有用的物质或改进、改良生物的特性,以降低成本及创新物种生产医学、环境、农业、粮食类产品的现代技术型企业。

案例 1.3

安徽圣农生物科技股份有限公司是由国内颇具影响的浙江精工建设产业集团有限公司投资组建。公司主要实施安徽省 861 重点计划项目——“霍山石斛产业化”的开发,项目用地 6000 亩,其中组培中心、智能化温室、产品深加工基地 1000 亩,霍山县栽培基地 5000 亩。一期建设投入 5 亿元,建成霍山石斛种苗组培中心、智能化温室及霍山石斛深加工工厂。目前公司已研制生产出拥有多项专利技术的霍山石斛枫斗、霍山石斛浸膏、霍山石斛颗粒等深加工产品,霍山石斛种苗和鲜品也受到了消费者的一致认可。形成以霍山石斛组培育苗、原产地栽培、产品深加工为主业,打造大别山中草药植物资源开发的龙头骨干企业。公司在“中国石斛之乡”——霍山县建设的“霍山石斛原生态栽培基地”目前已成为国内最大的霍山石斛原生态栽培基地。

1.1.2 现代工业企业的生产技术特征

- (1) 生产社会化程度高,具有广泛密切的外部联系;
- (2) 大规模采用机器和机器体系,系统应用最新科技成果;
- (3) 劳动分工精细,协作关系更加严密;
- (4) 生产过程具有高度的连续性、节奏性、比例性。

1.1.3 工业企业的类型

- (1) 按照生产资料所有制的性质划分

① 国有企业

国有企业也称国营企业、公营企业,是指由政府投资或参与控制的企业。通常不仅指一个国家的中央政府或联邦政府投资或参与控制的企业,也涵盖地方政府投资参与控制的企业。国有企业作为一种生产经营组织,形式同时具有营利法人和公益法人的特点。其营利性体现为追求国有资产的保值和增值。其公益性体现为国有企业的设立通常是为了实现国家调节经济的目标,起着调和国民经济各个方面发展的作用。

② 集体企业

是指财产属于劳动群众集体所有,实行共同劳动、在分配方式上以按劳分配为主体的社会主义经济组织。

③ 个体企业

个体企业是由业主个人出资兴办,由业主自己直接经营的企业。业主个人享有企业的全部经营所得,同时对企业的债务负有完全责任。个体企业一般规模较小,内部管理机构简单。

④ 私营企业

⑤ 外商投资企业

这种分法具有典型的社会主义初级阶段的中国特色,在《中华人民共和国公司法》(2005)不再提及集体企业、个体企业、私营企业、外商投资企业,除“国有独资公司”外,一律淡化所有制问题。

案例 1.4 国家电网

国家电网公司成立于 2002 年 12 月 29 日,是经国务院同意进行国家授权投资的机构和国家控股公司的试点单位,以建设和运营电网为核心业务,承担着保障更安全、更经济、更清洁、可持续的电力供应的基本使命,经营区域覆盖全国 26 个省(自治区、直辖市),覆盖国土面积的 88%,供电人口超过 11 亿人,公司用工总量超过 186 万人。公司在菲律宾、巴西、葡萄牙、澳大利亚等国家和地区开展业务。2012 年,公司名列《财富》世界企业 500 强第 7 位,是全球最大的公用事业企业。



图 1-1 国家电网公司标志

案例 1.5 中国移动

CMCC 的全称为“China Mobile Communications Corporation”,为中国移动通信集团公司(简称“中国移动”),于 2000 年 4 月 20 日成立,是一家基于 GSM, TD-SCDMA 和 TD-LTE 制式网络的移动通信运营商。中国移动通信集团公司是根据国家关于电信体制改革的部署和要求,在原中国电信移动通信资产总体剥离的基础上组建的国有骨干企业。2000 年 5 月 16 日正式挂牌。中国移动通信集团公司全资拥有中国移动(香港)集团有限公司,由其控股的中国移动有限公司(简称“上市公司”)在国内 31 个省(自治区、



图 1-2 中国移动标志

直辖市)和香港特别行政区设立全资子公司,并在香港和纽约上市。

除原有“动感地带”、“神州行”、“全球通”、“动力100”、“G3”外,中国移动在2013年12月18日公布了与正邦合作设计的4G品牌“**And! 和**”,标志着中国移动4G业务的正式启动,发展口号是:移动4G,国际主流,快人一步。

(2) 按企业所属行业划分

① 两大生产部类:生产资料生产和消费资料生产。

② 三大产业:

A. 第一产业:农业——种植业、林业、牧业、副业和渔业

B. 第二产业:工业和建筑业

C. 第三产业:除第一、二产业以外的其他各业包括:

a. 流通业——交通运输业、邮电通讯业、批零贸易和餐饮业;

b. 生产服务业——综合技术服务和信息咨询服务等;

c. 生活服务业——旅馆、理发店、生活用品修理部等;

d. 社会文化业——学校、医院、体育馆、电影院等;

e. 社会管理业——国家各级行政机关、社团组织等

③ 行业:农业企业、工业企业、高新技术企业、建筑安装企业、交通运输企业、商业企业、金融企业等。

(3) 按企业依赖的主要经营资源成分划分

① 劳动密集型企业:技术装备程度低、用人多。

② 资金密集型企业:占用资金多、技术装备程度高、用人少。

③ 知识技术密集型企业:综合运用现代化科技成果含量高。

劳动密集型行业,员工人数是重要指标;资金密集型行业,资本数额是重要指标。

(4) 也可按企业经营对技术的依赖程度分为

① 传统企业

② 科技型企业

③ 高新技术企业

案例 1.6 传统企业

陶华碧老干妈牌油制辣椒是贵州的风味食品。几十年来,一直沿用传统工艺精心酿造,具有优雅细腻,香辣突出,回味悠长等特点。是居家必备,馈赠亲友之良品。

1984年,陶华碧女士凭借自己独特的炒制技术,推出了别具风味的佐餐调料,令广大顾客大饱口福,津津乐道。1996年批量生产后在全国迅速成为销售热点。老干妈是国内生产及销售最大的辣椒制品生产企业,主要生产

风味豆豉、风味鸡油辣椒、香辣菜、风味腐乳等 20 余个系列产品。

在大多数国外购物网站上老干妈都直接译成“Lao GanMa”，也有译成“The godmother”。2012 年 7 月，美国奢侈品电商 Gilt 把老干妈奉为尊贵调味品，限时抢购价 11.95 美元两瓶（约人民币 86.3 元）。美国“老干妈”绝对算得上是“来自中国的进口奢侈品”。



图 1-3 老干妈辣椒制品

案例 1.7 科技型企业

阿里巴巴集团，是一家由中国人创建的国际化的互联网公司；经营多元化的互联网业务，致力为全球所有人创造便捷的交易渠道；自成立以来，集团建立了领先的消费者电子商务、网上支付、B2B 网上交易市场及云计算业务，近几年更积极开拓无线应用、手机操作系统和互联网电视等领域。集团以促进一个开放、协同、繁荣的电子商务生态系统为目标，旨在对消费者、商家以及经济发展做出贡献。

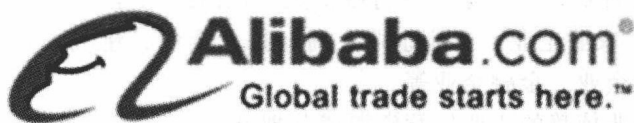


图 1-4 阿里巴巴标志

阿里巴巴集团由本为英语教师的马云于 1999 年带领其他 17 人所创立，集团由私人持股，服务来自超过 240 个国家和地区的互联网用户；集团及其关联公司在大中华地区、印度、日本、韩国、英国及美国 70 多个城市共有 20400 多名员工。

2014 年 9 月 19 日晚，阿里巴巴正式在纽约交易所挂牌交易，股票代码 BABA，价格确定为每股 68 美元，其股票当天开盘价为 92.7 美元，阿里在交易中总共筹集到了 250 亿美元资金，创下了有史以来规模最大的一桩 IPO 交易。

2014 年 11 月 11 日，阿里巴巴执行副董事长蔡崇信表示，阿里巴巴与苹果公司正在商讨支付领域的潜在合作事宜。

2014 年 11 月 20 日，在浙江乌镇出席首届世界互联网大会的中共中央政治局委员、国务院副总理马凯介绍，阿里巴巴、腾讯、百度、京东 4 家企业进入全球互联网公司十强。

2014 年 12 月 15 日，首上由世界品牌实验室编制的 2014 年度（第十一届）《世界品牌 500 强》排行榜 500 强榜单。

案例 1.8 高新技术企业

中国核工业集团公司是经国务院批准组建、中央直接管理的国有重要骨干企业，由 100 多家企事业单位和科研院所组成，现有员工约 10 万人，其中专业技术人才达 3.6 万人，中国科学院、工程院院士 17 人。中国核工业集团公司作为国家核科技工业的主体，拥有完整的核科技工业体系，是国家战略核力量的核心和国家核能发展与核电建设的主力



图 1-5 中国核工业集团标志

军，肩负着国防建设和国民经济与社会发展的双重历史使命。中国核工业集团公司主要从事核军工、核电、核燃料循环、核技术应用、核环保工程等领域的科研开发、建设和生产经营，以及对外经济合作和进出口业务，是目前国内投运核电和在建核电的主要投资方、核电技术开发主体、最重要的核电设计及工程总承包商、核电运行技术服务商和核电站出口商，是国内核燃料循环专营供应商、核环保工程的专业力量和核技术应用的骨干。

(5) 按企业规模划分

① 大型企业

同时满足人数 2000 人及以上，资产总计在 4 亿元及以上，产品销售收入 3 亿元及以上的为大型工业企业。

② 中型企业

人数 300 人~2000 人，或资产总计 4000 万元~4 亿元，或产品销收入 3000 万元~3 亿元的企业为中型工业企业。

③ 小型企业

人数 300 人以下，资产总计在 4000 万元以下，产品销售收入 3000 万元及以上的为小型工业企业。

表 1-1 企业分类表

分类标准	分类情况
按企业财产组织方式的不同	个人独资企业 合伙企业和公司独资企业等
按资金来源不同	内资企业 外商投资企业和港澳台商投资企业
按企业财产所有制性质不同	全民所有制企业 集体所有制企业 私营企业混合所有制企业等
按企业规模大小的不同	大型企业 中小企业和小型企业

(续表)

分类标准	分类情况
按企业所属行业	工业企业 农业企业 商业企业 金融企业 建筑企业 各种服务性企业
按企业的法律地位	法人企业和非法人企业
按企业行政隶属关系的不同	中央企业 地方企业 乡镇企业等
按企业组织形式的不同	公司企业和非公司企业

1.2 企业管理原理

1.2.1 企业管理的概念

(1) 管理

“管理就是设计和保持一种良好环境，使人在群体里高效率地完成既定目标。”

——哈德罗·孔茨

从字面意义上来看、管理是管辖和治理的意思。主其事叫管，治其事叫理，两者结合起来统称管理。管理是群体活动的产物，管理实践活动与人类历史一样久远，但把管理实践经验上升到理论高度并形成系统化的知识体系，则是工业文明的产物科学管理的兴起，是20世纪的一大“枢纽”事件。侧重于工商企业管理的现代管理学发展于欧洲和美国推广到日本和亚洲，已受到各国的普遍重视。管理科学虽然以惊人的速度发展、但对管理概念的理解却众说纷纭，可以归纳为以下几种较有启发意义的观点。

- ① “管理就是通过他人来完成工作”；
- ② “管理就是决策”；
- ③ “管理就是信息的收集与处理”；
- ④ “管理就是计划、组织和控制”；
- ⑤ “管理是一种经济资源一种职权系统一个阶段或一批优秀人物”。

(2) 企业管理

企业管理是企业管理者为实现企业目标，根据企业外部环境和内部条件，对企业的生产经营活动进行计划、组织、领导和控制等一系列职能活动，以提高经济效益，实现盈利的目的。