

全国经营师执业资格认证培训指定教材
21世纪高职高专规划教材·财经管理系列

企业经营管理实务

(双证教材)

全国经营师执业资格认证培训教材编审委员会 编

清华大学出版社·北京交通大学出版社

全国经营师执业资格认证培训指定教材

21 世纪高职高专规划教材·财经管理系列

企业经营管理实务

(双证教材)

全国经营师执业资格认证培训教材编审委员会 编

清华大学出版社
北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本教材是学历证书教育与职业资格证书培训双证教材的有益尝试。通过本教材的学习,旨在拓宽学生或学员的知识面,培养学生或学员的经营意识和管理能力,提高学生或学员的综合素质,使学生或学员成为既具有一定基本理论知识,又掌握一定基本技能的实用型、技能型劳动者。

本教材重点介绍了现代企业制度、企业经营管理、企业市场调查与预测、经营战略与计划、市场营销管理、生产管理、质量管理、人力资源管理、财务管理、物流管理、信息管理、电子商务、国际化经营、创新管理、经济法等方面的内容。

本教材既是高职高专经济、经营、管理等专业的教学用书,也是全国经营师执业资格认证培训指定教材,同时也可作为其他在职人员的自学用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

企业经营管理实务/全国经营师执业资格认证培训教材编审委员会编. —北京:清华大学出版社;北京交通大学出版社,2007.6

(21世纪高职高专规划教材·财经管理系列)

全国经营师执业资格认证培训指定教材

ISBN 978-7-81123-081-9

I. 企… II. 全… III. 企业管理-高等学校:技术学校-教材 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第077788号

责任编辑:张利军

出版发行:清华大学出版社 邮编:100084 电话:010-62776969 <http://www.tup.com.cn>

北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414 <http://press.bjtu.edu.cn>

印刷者:北京瑞达方舟印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印张:24 字数:596千字

版 次:2007年6月第1版 2007年6月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-81123-081-9/F·239

印 数:1~5 000册 定价:33.00元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。

投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

全国经营师执业资格认证培训教材

编审委员会

主任：刘 勇

副主任：周 放 沈 珺

委员：(以姓氏笔画为序)

丁 军	王宏刚	王林达	邓庆宁	艾 磊	付维平	刘 芳
刘 森	纪永光	李 利	沈 珺	张 巍	张光达	吴建民
陈璐斌	寿佩玲	林德悟	周 放	杨爱华	易 滨	姜新泉
宣 旗	段平生	倪庆萍	高潮涌	崔佳楠	韩亚民	董 杰
蔡建伟	魏锋年					

本书主编：沈 珺

副主编：王宏刚 张 巍

序

职业教育属于教育的范畴，是一种学校开放式办学，社会参与办学，既培养学生基础理论和专业知识，又对学生进行生产实际训练，学校同社会共同培养应用型、技能型人才的教育模式。这种教育模式之所以表现出了强大的生命力，得到政府与社会的关注，是由于它是一种符合经济、科学技术和教育的发展规律，符合与时俱进的要求，满足社会对人力资源的需求，从而使课堂教学更加有效地与就业、工作相结合的教育模式。

职业教育者要进一步提高认识，解放思想，积极探索，大胆实践，为我国现代化建设培养数以亿计的高素质劳动者和数以千万计的高技能专门人才服务。

我国要推进产业结构优化升级，转变经济增长方式，提高自主创新能力，不断提高现代化水平，就必须对我国人力资源的结构和素质提出新的更高的要求。国民经济的各行各业不但需要一大批科学家、工程师和经营管理人才，而且需要数以千万计的高技能人才和数以亿计的高素质劳动者。没有这样一支高技能、专业化的劳动大军，再先进的科学技术和机器设备也很难转化为现实生产力。而通过职业教育可以把中国巨大的人口压力部分地转化为人力资源优势。

要认识到学生就学的根本目的在于择业，学生教育对很多学校而言就是教育学生职业化，就是要大力培养对社会有用的专业、职业人才。而职业教育恰恰是培养人才进入职业的最有效的途径。职业教育培养的应用型、实用型、技能型人才具有一定的理论水平、实践能力且了解社会，受到企业、社会的欢迎，所以也必将有更多的学生愿意接受这样的教育模式，也必将有更多的学校和企业接受并采用这种教育模式。由此可以判定，职业教育的推广将更加广泛化。

中国加入 WTO 后，我国的企业在各方面都必须按照世贸组织的规则组织生产经营管理活动，认真履行我们所做的承诺。这是一个新的机遇，也是一个新的挑战。面对机遇和挑战，我们特别要重视的就是加快培养懂得国际通行规则与惯例的金融、保险、贸易、会计、管理、营销等方面的企业经营管理人才，因为人才是企业经营管理的关键因素，只有抓好这个因素，才能强化企业管理，才能最大限度地趋利避害，提高企业的生存能力、发展能力和国际竞争能力，使企业积极、务实、灵活、有效地融入经济全球化的浪潮之中。

经营是企业一切活动的先导，经营管理就是对企业经营活动的管理，其基本要求是使企业的经营活动能主动适应经营环境的变化，并根据经营环境的变化来制定企业经营的思想、方针、目标、战略与策略，以保证企业取得尽可能好的经济效益。

从社会分工的角度来审视，企业经营管理人才既区别于理、工、农、医类人才，

也区别于经济类人才。企业经营管理人才是懂经济、善经营、会管理,从事现代商务活动的经营管理者,也是具有与新世纪社会主义现代化建设和社会主义市场经济发展需要相适应的,具有创新精神与能力的,具有现代经营管理理念和管理理论与技能的复合型人才。企业经营管理人才的突出特点是其经营管理能力,包括创业能力、创新能力和管理能力。在商理极深、商事极繁、商务极博、商情极幻的企业实践中,这种经营管理能力造就了企业经营管理者风险决策的意识、敢为人先的勇气、随机应变的灵性、善于通融的能力和务实高效的作风。但是这种能力不是与生俱来的,是要经过学习和实践锻炼培养出来的。

对企业经营管理人才的培养要强化通用性,即充分体现现代企业经营管理人才全面发展的时代特征和国际通行的专业特征。这体现在对经营管理人才基本条件和基本素质的要求、对经营管理人才基本知识和能力的定位、对经营管理人才培养环节的规范与实效等方面。

在企业经营管理人才培养的方法上,要探索将知识传授、能力培训、思维培养融为一体的教学方法,要开拓将实践贯穿学习全过程、将理论与实践有机结合的有效途径,要通过现代化手段缩小教学环境和工作环境的时空距离,赋予案例教学、管理对策演习、模拟教学、模拟现场、情景分析等教学方法以新的生命力。

在教材建设方面,目前企业经营管理类教材版本和种类繁多,但从实际操作角度系统论述现代企业经营管理的教材却比较少。因此,我们选择了这个课题,并成立了教材编审委员会,经过较长时间的对教材设计的研讨及教材的编写、修改与审定,现在终于成书了。

本教材力求体现现代企业发展的新态势,总结现代企业经营管理的新思想、新经验,为我国企业培养具有现代经营理念、经营技术的专业人才。作为全国经营师执业资格认证培训指定教材和 21 世纪高职高专规划教材,本教材重视微观管理,重点阐述企业经营管理的业务,讲实际、重效用,不过分渲染理论,重在培养基层经营管理技能与认知,立足使学生掌握现代企业的经营理念、经营方法和管理技术,适应企业实际业务的需要,满足现代企业的用人要求。

本教材的选题思路是:纵向抓住现代企业建立、稳定与发展的基本要求,体现企业从小到大的发展主线,按企业发展的不同阶段、不同需求,分层次地介绍现代企业经营管理的求与方法,重点强调中层经营管理、基层实施管理;横向以资金流、物流等管理流系统的阐述,突破原有职能管理的框架,体现现代企业流程式、集约型管理特征,具有独特的构思。

本教材编写很具新颖性、实用性和可操作性,既是一部为 21 世纪高职高专院校工商管理类各专业广大师生编写的专业教材,又是全国经营师执业资格认证的指定教材,同时也可作为各类企业管理者业务学习与上岗培训的教材。

希望本教材能够为培养现代企业经营管理人才起到应有的作用。

刘 勇
2007 年 6 月

序 二

当今世界，企业经营环境进入了一个前所未有的过度竞争时代，如今的商业运作步履维艰，20世纪90年代末曾一度令人眼花缭乱的解决方案被证明只是在虚张声势，已经有越来越多的人认识到，对于企业而言，那些繁花似锦的好时光是反常的，艰难时世才是常态。认真负责的业务人员都知道，在现实世界中，根本没有什么简便易行的应对措施，也没有什么单一现成的答案，人们需要一整套能反映新思路和新技术的解决方案。

全球商业环境已经发生了质的变化，过去的做法和熟悉的管理办法已经不再灵验，新的商业环境和时代特征要求企业必须转变以往的商业模式，进行根本性的转型。

现阶段最成功的经营创新和营销创意所走的道路不同于单纯界定市场，且无限细分或重新定位市场的模式。真正的突破源于横向思维和经营师模式思维。

成功的经营者与失败的经营者不仅仅在智慧上存在差异，在经营观念上更有着本质的区别。

如今，越来越多的中国企业的最高决策者不惜重金聘请外国专家做顾问、聘请国际性咨询公司做管理咨询或战略咨询。然而，20年前甚至10年前，我们看到的还只是国外大企业聘用外国咨询公司为来华投资进行市场调研。今天的现象已经充分证明市场经济在我国的不断深化发展，我国的经济正日益融入世界经济之中。

中国经营师执业资格认证由中华人民共和国劳动部和原中华人民共和国商业部联合立项，由中国商业联合会商业职业技能鉴定中心负责实施。中国商业联合会将这项工作列入经营管理者的职业资格，向全国大力铺开。

经营师的理论培训从各个角度突出强调了企业存在的理由：提供产品或服务价值、传递产品或服务价值和交付产品或服务价值。强调了客户驱动企业的营销理念，特别是体现了在当代的商业环境下，企业面对客户的新思路。同时，对客户关系的强调使它成为许多企业家的必学课程。

经营师职业资格认证培训涉及核心竞争力的界定与获得、销售及其相关运作、核心业务的界定及获得、企业设计和利润区的发现与创造等一系列问题，通过对这些问题的探讨来揭示利润的最佳创造方法，同时结合企业文化形成的理念、市场的占领与维护及管理者的素质，阐述了企业长期发展的要件。我想这些是中国企业家们需要的东西。

在企业的运作中，绩效的显著提升只有通过根本性的变革才能实现。我想强调的是，“经营师模式”不是增强企业竞争力的灵丹妙药，但要想打败竞争对手，学习“经营师模式”是最好的解决方法之一。

“经营师模式”思维有助于企业家、经理人、投资者和商务人才在变革发生之前预测它的方向。它揭示了这些变革的经济意义，提供了驾驭变革创造资本的工具。

那么，怎样才能成为一个卓越的经营师，在千变万化的市场环境下管理好每一个关键点呢？作为科学和艺术的完美结合，经营师培训不仅涵盖了成功进行经营管理的每个关键点，而且进一步分析了如何在两个极端——管理所有的事与无所事事之间保持平衡。它将帮助你成为一个高绩效的、受人尊敬的企业家，让你自由地创造新的体验，享受成功之后的成就感。

经营师执业资格认证鉴定工作是一个长期的系统工程，是一个逐步完善、与时俱进的过程，是一个立足培养具有一定职业道德、掌握适度够用的基础知识、掌握一定基本技能的应用型、实用型、技能型人才的过程。

高等职业教育实行双证书制度，即高等职业院校的毕业生应取得学历和技术等级或职业资格两种证书的制度。这是高等职业教育自身的特性和社会的需要。

随着我国市场经济的发展，社会人才市场对从业人员素质的要求越来越高，特别是对企业实用型人才的需求更讲究“适用”、“效率”和“效益”，要求应聘人员职业能力强，上岗快。这就要求高等职业院校的毕业生在校期间就要完成上岗前的职业训练，具有独立从事某种职业岗位工作的职业能力。双证书制度正是为此目的而探索的教育模式。职业资格证书是高等职业院校毕业生职业能力的证明，谁持有的职业资格证书多，谁的从业选择性就大，就业机会就多。

高等职业教育培养的是面向基层生产、服务和管理第一线的实用型劳动者。双证书是实用型劳动者知识、技能、能力和素质的体现和证明，特别是职业资格证书是高等职业院校毕业生能够直接从事某种职业岗位的凭证。因此，实行双证书制度是高等职业教育自身的特性和实现培养目标的要求。

双证教材的编写是双证书制度实施的关键要素之一。本教材是我国双证教材实践的有益尝试，对落实我国经营师执业资格标准，推进我国经营师执业资格认证将起到积极的作用。

我们需要进一步提高认识，解放思想，积极探索，大胆实践，探讨符合我国现代化建设需要的经营师职业培训模式，我们需要更多的有志之士参与我们的具体工作，为我国培养一大批高素质劳动者和数以千万计的高技能专门人才服务。

周 放
2007年6月

前言

经营师执业资格认证是由国家劳动部、商业部联合立项，并联合下发《关于商业行业实行经营师职务聘任制试点的通知》后正式实施的。

经营师是指企业在经营管理岗位上具备组织、策划、运作的经营能力，并能运用经济学、管理学、营销学等相关理论学科知识与实践相结合，解决经营中的难题，促进企业经济效益提高的专业资格人才。

经营师执业资格认证的目的是培养“市场需要、社会认可、与国际接轨、适应企业经营管理需求”的专门人才。

高等职业教育是高等教育与职业教育的珠联璧合，教材建设是整个高职高专院校教育教学工作的重要组成部分，高质量的教材是培养高质量人才的基本保证，高职高专教材作为体现高职高专教育特色的知识载体和教学的基本工具，直接关系到高职高专教育能否为一线岗位培养符合要求的高技术应用型人才。

编写本教材的最终目的是为实现高职高专经营管理专业教育接近高职高专教育的“六个零距离”而努力，即“理论与实践接近零距离”、“院校与企业接近零距离”、“学历证书与资格证书接近零距离”、“教师与技师接近零距离”、“学生与企业接近零距离”、“学业与就业接近零距离”。

本教材根据全国经营师执业资格培训鉴定标准和高职高专经营管理类专业培养目标编写，为推动全国经营师执业资格培训鉴定工作的开展、在经营从业人员中推行执业资格认证制度服务，同时结合高职高专学生实际，力求遵循“以职业活动为导向，以职业技能为核心”的指导思想，既满足高职高专教育理论的“适度够用”，又突出职业教育的“实操与技能”；既满足学生“学以致用”的需求，又注重培养其发展的“潜能”；既满足学历教育的基本要求，又适应职业教育培训的基本需要。

本教材是学历证书教育与职业资格证书培训双证教材的有益尝试。通过本教材的学习，旨在拓宽学生的知识面，培养学生的经营意识和管理能力，提高学生的综合素质，使学生成为既具有一定基本理论知识，又掌握一定基本技能的实用型、技能型劳动者。

本教材重点介绍了现代企业制度、企业经营概述、经营环境分析与预测、经营战略与计划、市场营销管理、生产管理、质量管理、人力资源管理、财务管理、物流管理、信息管理、电子商务、国际化经营、创新管理、经济法等方面的内容。

本教材适合高职高专经济、经营、管理等专业教学使用，也是全国经营师执业资

格认证培训指定教材，同时还可作为其他在职人员的自学用书。

本教材由沈珺任主编，负责全书的撰稿、定稿。王宏刚、张巍任副主编，阅览全稿，在理论层次、实操层次、借鉴国外职业培训教材等方面提出了很多有益的修改意见。此外，特别要感谢的是中国商业联合会商业职业技能鉴定指导中心的有关领导、专家，他们为本教材的策划、立意、编写都起到了相当重要的作用，没有他们的大力支持，这本教材恐怕还无法面世，在此对他们表示真挚的谢意。

本教材在编写过程中，参阅了大量专家、学者的有关著作、教材及案例，并通过互联网学习和借鉴了有益的资料，在此也表示诚挚的谢意。同时，我们真挚地希望本教材能够“抛砖引玉”，吸引专家、学者等力量对本教材提出批评指正并参与本教材的修订。双证教材建设是一个渐进提高的过程，尤其是职业教育尚处于人们认识的“黑大陆”阶段，我们现在看到的只是“冰山”的一角，随着人们对现代职业教育的进一步认识，我们将继续努力挖掘这一利国利民的“源泉”，使得职业教育始终处在一种人们满意的“均衡”区间。限于作者水平，恳请读者批评指正。

沈 珺
2007 年 6 月于北京

目 录

第1章 企业与企业制度

1.1 企业	(1)
1.1.1 企业的含义	(1)
1.1.2 企业的系统结构	(2)
1.1.3 企业的分类	(4)
1.2 企业的设立	(7)
1.2.1 企业设立的基本条件	(7)
1.2.2 个人独资企业设立的条件和程序	(7)
1.2.3 合伙企业设立的条件和程序	(8)
1.2.4 公司制企业设立的条件和程序	(9)
1.2.5 企业的创业风险	(11)
1.3 现代企业制度	(11)
1.3.1 现代企业的特征	(12)
1.3.2 现代企业制度的含义	(12)
1.3.3 现代企业制度的内容	(13)
1.4 现代企业产权制度与公司法人治理结构	(14)
1.4.1 产权制度的含义	(14)
1.4.2 公司产权制度的基本内容	(15)
1.4.3 公司产权的运行	(16)
1.4.4 公司法人治理结构	(16)
练习题	(19)

第2章 企业经营基础

2.1 经营概述	(20)
2.1.1 经营的概念	(20)
2.1.2 经营与管理	(21)
2.1.3 经营管理的职能	(22)

2.2 经营要素与经营环境	(24)
2.2.1 经营要素	(24)
2.2.2 企业经营环境分析的方法——SWOT 分析法	(29)
2.3 经营思想、经营目标和经营机制	(31)
2.3.1 经营思想	(31)
2.3.2 经营目标	(32)
2.3.3 经营机制	(33)
2.4 经营战略	(34)
2.4.1 经营战略的主要特征	(35)
2.4.2 经营战略的内容	(36)
2.4.3 经营战略的分类	(36)
2.4.4 企业基本的经营战略	(37)
练习题	(39)

第3章 企业管理基础

3.1 企业管理概述	(40)
3.1.1 管理的概念	(40)
3.1.2 管理的性质与职能	(41)
3.1.3 企业管理及其作用	(42)
3.1.4 管理的重要性	(42)
3.2 管理内容与管理手段	(43)
3.2.1 管理内容	(43)
3.2.2 管理手段	(44)
3.2.3 管理人员	(44)
3.2.4 企业管理的任务	(47)
3.3 现代企业管理原理	(47)
3.3.1 管理原理的含义及其重要性	(47)
3.3.2 企业管理原理	(47)
3.4 企业管理的基础工作	(54)
3.4.1 企业管理基础工作的含义与特点	(54)
3.4.2 企业管理基础工作的地位与作用	(55)
3.4.3 企业管理基础工作的内容	(55)
练习题	(57)

第4章 企业市场调查与预测

4.1 市场信息	(59)
----------------	------

4.1.1 市场信息的特点及分类	(59)
4.1.2 市场信息在管理中的作用	(61)
4.1.3 企业营销信息系统的建立	(61)
4.1.4 市场信息的收集、处理与使用	(63)
4.2 市场调查	(64)
4.2.1 市场调查的概念及作用	(64)
4.2.2 市场调查的内容	(65)
4.2.3 市场调查的步骤	(66)
4.2.4 市场营销调研的方法	(68)
4.3 市场预测	(70)
4.3.1 市场预测的概念及意义	(70)
4.3.2 市场预测的种类	(71)
4.3.3 常见的几种市场预测	(71)
4.3.4 市场预测的步骤	(72)
4.3.5 市场预测的方法	(73)
练习题	(80)

第5章 企业目标管理与经营计划

5.1 目标管理	(83)
5.1.1 组织目标在管理中的地位和作用	(83)
5.1.2 组织目标制定的基本原则	(84)
5.1.3 目标管理的基本原理	(84)
5.1.4 目标管理的阶段	(85)
5.1.5 管理目标与目标管理	(85)
5.2 目标管理体系的建立	(86)
5.2.1 目标管理体系概述	(86)
5.2.2 目标的层次、分类与建立方法	(87)
5.2.3 目标的分解	(87)
5.2.4 执行目标管理法的两大流程	(88)
5.2.5 操作目标管理法时遵循的原则	(90)
5.2.6 目标管理的具体内容	(90)
5.2.7 目标管理中应注意的问题	(91)
5.3 经营目标与经营计划	(92)
5.3.1 经营目标的内容	(92)
5.3.2 目标体系	(93)
5.3.3 制定经营目标的作用与原则	(93)
5.3.4 经营计划	(94)

5.4 企业经营计划的编制	(95)
5.4.1 经营计划编制的准备工作	(95)
5.4.2 经营计划的编制	(97)
5.4.3 长期计划的编制	(98)
5.4.4 中期计划的编制	(99)
5.4.5 年度经营计划的编制	(100)
5.4.6 经营计划的控制	(101)
练习题	(102)

第6章 企业市场营销管理

6.1 市场营销管理概述	(104)
6.1.1 市场与市场营销	(104)
6.1.2 市场营销理念	(106)
6.1.3 市场营销的功能	(107)
6.1.4 市场营销的社会效用	(108)
6.1.5 市场营销在企业管理中的作用	(108)
6.1.6 顾客满意	(108)
6.2 市场营销环境分析	(111)
6.2.1 市场营销的宏观环境	(111)
6.2.2 市场营销的微观环境	(113)
6.2.3 顾客分析	(114)
6.2.4 竞争分析	(116)
6.3 市场细分与目标市场选择	(117)
6.3.1 市场细分	(117)
6.3.2 目标市场选择	(119)
6.3.3 产品定位	(120)
6.4 市场营销组合策略	(122)
6.4.1 产品策略	(123)
6.4.2 价格策略	(125)
6.4.3 促销策略	(126)
6.4.4 销售渠道策略	(127)
练习题	(128)

第7章 企业生产管理

7.1 生产管理概述	(132)
7.1.1 生产管理的概念和特征	(132)

7.1.2 生产管理的任务与原则	(133)
7.1.3 生产系统	(135)
7.2 生产计划与控制	(136)
7.2.1 生产计划	(136)
7.2.2 生产作业控制	(140)
7.2.3 制造资源计划	(141)
7.3 生产现场管理	(142)
7.3.1 生产现场管理概述	(142)
7.3.2 生产现场管理的5S活动	(143)
7.3.3 定置管理	(144)
7.3.4 目视管理	(147)
7.4 现代生产管理方式	(148)
7.4.1 定制生产	(148)
7.4.2 精益生产	(149)
7.4.3 计算机集成制造系统	(151)
7.4.4 敏捷制造	(152)
练习题	(153)

第8章 企业人力资源管理

8.1 人力资源管理概述	(155)
8.1.1 人力资源管理的基本概念	(155)
8.1.2 人力资源管理的任务、内容与作用	(156)
8.2 工作分析与岗位设计	(158)
8.2.1 工作分析的含义	(158)
8.2.2 工作分析的程序与方法	(158)
8.2.3 工作描述和工作说明书	(160)
8.2.4 岗位设计	(161)
8.3 招聘与录用	(163)
8.3.1 招聘计划	(163)
8.3.2 招聘与录用概述	(164)
8.4 培训与开发	(165)
8.4.1 培训的原则	(165)
8.4.2 培训的种类	(167)
8.4.3 培训与开发项目的考核	(168)
8.5 绩效考评	(169)
8.5.1 绩效考评的含义	(169)
8.5.2 绩效考评的原则	(169)

8.5.3 绩效考评的一般程序	(170)
8.5.4 绩效考评的常用方法	(170)
8.6 薪酬管理	(172)
8.6.1 薪酬的含义	(172)
8.6.2 薪酬的主要形式	(172)
8.6.3 薪酬设计	(173)
8.6.4 常见的基本薪酬制度	(173)
练习题	(175)

第9章 企业财务管理

9.1 企业财务管理概述	(178)
9.1.1 企业财务管理的含义	(178)
9.1.2 企业财务管理的基本任务和财务活动	(179)
9.1.3 企业财务管理的作用	(179)
9.1.4 企业财务管理的目标	(180)
9.1.5 企业财务管理的原则	(181)
9.1.6 企业财务管理的基本环节	(182)
9.2 企业筹资管理	(183)
9.2.1 企业筹集资金的必然性和要求	(183)
9.2.2 企业资本金制度	(184)
9.2.3 筹资渠道	(184)
9.2.4 资金成本	(186)
9.2.5 财务风险	(187)
9.3 企业投资管理	(188)
9.3.1 内部投资管理	(188)
9.3.2 外部投资管理	(189)
9.4 企业成本费用管理	(189)
9.4.1 成本要素与成本项目	(189)
9.4.2 成本控制	(190)
9.5 企业利润分配管理	(191)
9.5.1 利润的构成与分配	(191)
9.5.2 股利分配	(192)
9.5.3 股利支付的程序和形式	(193)
9.6 企业财务报告和财务分析	(194)
9.6.1 企业财务报告	(194)
9.6.2 企业财务分析	(196)

练习题	(200)
-----------	-------

第10章 企业物流管理

10.1 物流管理概述	(202)
10.1.1 物流的定义	(202)
10.1.2 物流的价值	(202)
10.1.3 企业物流	(204)
10.1.4 第三方物流	(206)
10.1.5 物流合理化目标	(206)
10.1.6 现代物流管理目标	(207)
10.2 采购	(208)
10.2.1 采购的定义与作用	(208)
10.2.2 采购管理的原则	(209)
10.2.3 采购计划与采购流程	(210)
10.3 仓储管理	(211)
10.3.1 仓储管理概述	(211)
10.3.2 现代仓库作业管理	(212)
10.3.3 库存管理	(214)
10.4 包装与流通加工	(215)
10.4.1 包装	(215)
10.4.2 流通加工	(216)
10.5 运输	(218)
10.5.1 运输的地位和作用	(218)
10.5.2 运输作业流程与运作	(219)
10.5.3 运输合理化	(220)
10.6 配送	(220)
10.6.1 配送的含义	(220)
10.6.2 配送的功能	(221)
10.6.3 配送的意义和作用	(221)
10.6.4 配送运作实际操作	(222)
10.6.5 实现配送作业合理化的基本途径	(222)
练习题	(223)

第11章 企业质量管理

11.1 质量与质量管理	(226)
11.1.1 质量概述	(226)