

主 编◎张光灿

副主编◎夏卫红

工商管理基础

GONGSHANG GUANLI JICHU

g s g j c

河 海 大 学 出 版 社

工商管理基础

主 编 张光灿
副主编 夏卫红

河海大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

工商管理基础 / 张光灿主编. —南京:河海大学出版社, 2006. 5

ISBN 7 - 5630 - 2264 - 3

I. 工... II. 张... III. 企业管理—高等学校—教材 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 044257 号

书 名 / 工商管理基础

书 号 / ISBN 7 - 5630 - 2264 - 3/F · 242

责任编辑 / 朱婵玲

特约编辑 / 刘德友 张明强

责任校对 / 吴 静 陈一凡

封面设计 / 杭永鸿

出 版 / 河海大学出版社

地 址 / 南京市西康路 1 号(邮编:210098)

电 话 / (025)83737852(总编室)

(025)83722833(发行部)

经 销 / 江苏省新华书店

印 刷 / 南京玉河印刷厂

开 本 / 787×960 毫米 1/16

印 张 / 32

字 数 / 660 千字

版 次 / 2006 年 5 月第 1 版

印 次 / 2006 年 5 月第 1 次印刷

定 价 / 48.00 元

前言

随着社会科技和经济的发展,人们的需求越发表现出个性化和多元化的趋势。在这种情况下,企业面临的生存环境发生了很大的变化。企业要在瞬息万变的市场中取得一席之地,管理者必须具备新的管理思想,采用先进的管理方法,对于未来可能出现的机遇和挑战未雨绸缪,不断进行市场和产品开发、建立符合环境要求的营销渠道,同时关注企业的资金流入和流出,保持企业资金命脉的畅通无阻。

本书系统地介绍了管理的一般原理,结合国内外企业经营管理的实际情况,分别阐述了企业的生产管理、研究与开发管理、市场营销管理、财务管理以及公共关系理论与实务等有关企业职能管理的基本原理,着重介绍当前企业管理中的新思想和新方法,采用大量的案例和事实来说明相关理论应用的过程和结果,力求做到有理有据。

本书编者本着启发性、开放性、交互性原则,结合工商管理专业的特点以及广播电视大学远程开放教学和学习者的特征,注重理论联系实践、各部分独立成篇,同时也注重各部分内容之间的逻辑联系,按照一般的教学模式要求,备有学习要求与目的、每章小结、学习自测题。自测题中,除名词解释、选择、判断、填空外,还有大量案例分析题。学习者可以一边学习,一边对学习效果进行评价,帮助学习者有效地进行学习。

本书力图做到视野开阔、资料丰富、语句通顺、通俗易懂。既可作为远程开放教育工商管理本科专业的补修教材,还可以作为有志于从事企业管理的非工商管理专业人士的普及性读物。

参加本书编写的作者有:张光灿(生产管理),夏卫红(管理原理),谷玛利(公共关系理论与实务),曹家谋(市场营销概论),孙凤琴、新夫(财务管理)。由张光灿、夏卫红总撰、定稿。

本书编写过程中,得到了江苏广播电视大学副校长、教授吴汉德先生和其他朋友的关心和支持,在此表示忠心地感谢。由于作者水平有限,书中难免存在缺点和错误,恳请读者批评指正。

张光灿

2006年仲春于南京

目录

第一篇 管理原理

第一章 概论

学习目的和要求 / 3

第一节 管理概述 / 3

第二节 管理理论的形成和发展 / 5

本章小结 / 11

学习自测题 / 13

第二章 计划与决策

学习目的和要求 / 18

第一节 计划工作概述 / 18

第二节 目标管理 / 20

第三节 决策 / 24

本章小结 / 29

学习自测题 / 31

第三章 组织

学习目的和要求 / 38

第一节 组织结构 / 38

第二节 组织的运行 / 44

本章小结 / 46

学习自测题 / 47

第四章 领导

学习目的和要求 / 51

第一节 领导理论 / 51

第二节 激励 / 53

本章小结 / 54

学习自测题 / 56

第五章 控制

学习目的和要求 / 60

第一节 概述 / 60

第二节 控制的流程 / 63

本章小结 / 65

学习自测题 / 66

第六章 创新

学习目的和要求 / 70

第一节 企业家和企业家精神 / 70

第二节 企业创新理论 / 71

第三节 企业创新的主要内容 / 73

本章小结 / 77

学习自测题 / 78

第二篇 公共关系理论与实务

第一章 导论

学习目的和要求 / 85

第一节 公共关系的基本内涵 / 85

第二节 作为一门学科的公共关系学 / 89

第三节 公共关系学研究的现实意义 / 90

本章小结 / 91

学习自测题 / 92

第二章 公共关系的历史沿革

学习目的和要求 / 94

第一节 现代社会以前的公共关系 / 94

第二节 现代公共关系的兴起 / 95

第三节 当代公共关系概况 / 99

本章小结 / 101

学习自测题 / 103

第三章 公共关系的构成要素

学习目的和要求 / 105

第一节 公共关系的主体——社会组织 / 105

第二节 公共关系的客体——公众 / 108

第三节 公共关系的实现机制——信息传播和科学管理 / 110

本章小结 / 112

学习自测题 / 113

第四章 公共关系的基本职能与原则

学习目的和要求 / 115

第一节 公共关系的基本职能 / 115

第二节 公共关系的基本原则 / 120

本章小结 / 122

学习自测题 / 124

第五章 公共关系的类型

学习目的和要求 / 126

第一节 主体型公共关系 / 126

第二节 对象公共关系 / 130

第三节 功能型公共关系 / 134

本章小结 / 136

学习自测题 / 139

第六章 公共关系四步工作法：调查与策划

学习目的和要求 / 141

第一节 公共关系调查 / 141

第二节 公共关系策划 / 144

本章小结 / 147

学习自测题 / 148

第七章 公共关系四步工作法：传播与评估

学习目的和要求 / 150

第一节 公共关系信息传播 / 150

第二节 公共关系的评估 / 153

本章小结 / 155

学习自测题 / 157

第八章 公共关系的危机管理与危机公关

学习目的和要求 / 158

第一节 危机管理 / 158

第二节 危机处理的基本原则与基本程序 / 160

本章小结 / 161

学习自测题 / 161

第九章 公共关系机构和从业人员

学习目的和要求 / 164

第一节 公共关系机构 / 164

第二节 公共关系从业人员 / 166

本章小结 / 168

学习自测题 / 169

第三篇 市场营销概论

第一章 市场营销与市场营销学

学习目的和要求 / 173

第一节 市场营销 / 173

第二节 市场观念 / 175

第三节 市场营销学的研究对象和性质 / 177

本章小结 / 178

学习自测题 / 178

第二章 市场营销环境

学习目的和要求 / 180

第一节 市场营销环境概述 / 180

第二节 市场营销环境的基本内容分析 / 181

第三节 市场营销环境的分析方法与对策 / 184

本章小结 / 185

学习自测题 / 186

第三章 企业营销战略

学习目的和要求 / 188

第一节 企业战略与特点 / 188

第二节 企业战略规划及内容 / 190

第三节 企业稳定发展的营销战略 / 192

本章小结 / 194

学习自测题 / 194

第四章 消费者市场和消费者行为

学习目的和要求 / 197

第一节 消费者市场的运行模式 / 197

第二节 消费者的动机和行为 / 199

第三节 影响消费者行为的基本因素 / 201

第四节 购买者决策过程的阶段 / 204

本章小结 / 206

学习自测题 / 206

第五章 目标市场营销策略

学习目的和要求 / 208

第一节 市场细分 / 208

第二节 市场细分的标准和方法 / 209

第三节 目标市场选择 / 212

第四节 市场定位 / 215

本章小结 / 216

学习自测题 / 216

第六章 产品策略

学习目的和要求 / 218

第一节 产品 / 218

第二节 产品组合策略 / 219

第三节 产品的市场生命周期 / 221

第四节 新产品开发 / 223

第五节 品牌与包装 / 225

本章小结 / 227

学习自测题 / 227

第七章 价格策略

学习目的和要求 / 229

第一节 影响定价的主要因素 / 229

第二节 定价目标与定价方法 / 230

第三节 定价策略 / 233

本章小结 / 236

学习自测题 / 236

第八章 分销渠道策略

学习目的和要求 / 238

第一节 分销渠道概述 / 238

第二节 分销渠道的设计与选择 / 241

第三节 分销渠道管理 / 244

本章小结 / 245

学习自测题 / 245

第九章 促销策略

学习目的和要求 / 247

第一节 促销与促销组合 / 247

第二节 人员推销 / 248

第三节 广告 / 250

第四节 公共关系 / 251

第五节 营业推广策略 / 252

本章小结 / 253

学习自测题 / 253

第四篇 财务管理

第一章 财务管理概述

学习目的和要求 / 257

第一节 什么是财务管理 / 257

第二节 财务管理的目标 / 261

第三节 财务管理的观念 / 264

本章小结 / 267

学习自测题 / 268

第二章 筹资管理

学习目的和要求 / 270

第一节 筹资概述 / 270

第二节 资本成本 / 275

第三节 资本结构 / 279

本章小结 / 282

学习自测题 / 282

第三章 投资管理

学习目的和要求 / 285

第一节 投资概述 / 285

第二节 固定资产投资决策 / 286

第三节 固定资产折旧政策 / 291

本章小结 / 295

学习自测题 / 295

第四章 流动资产管理

学习目的和要求 / 297

第一节 流动资产概述 / 297

第二节 现金管理 / 298

第三节 应收账款管理 / 301

第四节 存货管理 / 307

本章小结 / 311

学习自测题 / 311

第五章 利润分配管理

学习目的和要求 / 312

第一节 利润分配的原则 / 312

第二节 利润分配政策类型 / 313

第三节 影响股利政策的因素 / 315

本章小结 / 316

学习自测题 / 317

第六章 财务报表分析

学习目的和要求 / 318

第一节 财务报表分析概述 / 318

第二节 基本的财务指标 / 320

第三节 杜邦财务分析体系 / 329	第三章 生产控制 / 329
本章小结 / 331	本章小结 / 331
学习自测题 / 331	学习自测题 / 331

第五篇 生产管理

第一章 企业生产管理概述

学习目的和要求 / 345
第一节 生产管理的有关概念 / 345
第二节 生产管理 / 348
第三节 生产系统 / 350
第四节 生产类型 / 355
第五节 生产计划及生产作业计划 / 358
本章小结 / 367
学习自测题 / 368

第二章 生产系统运行管理

学习目的和要求 / 369
第一节 大批大量生产与流水生产 / 369
第二节 多品种批量生产 / 377
第三节 单件小批订货生产 / 385
本章小结 / 393
学习自测题 / 395

第三章 生产管理新模式和新方法

学习目的和要求 / 396
第一节 先进的生产方式和管理模式概述 / 396
第二节 物料需求计划与制造资源计划管理 / 401
第三节 企业资源计划(ERP) / 405
第四节 JIT 准时生产 / 410
本章小结 / 418
学习自测题 / 420

第四章 生产系统技术创新与产品开发管理

- 学习目的和要求 / 422
- 第一节 技术管理概述 / 422
- 第二节 我国高科技创新能力分析 / 431
- 第三节 新产品设计与开发 / 435
- 第四节 价值工程 / 439
- 本章小结 / 447
- 学习自测题 / 449

第五章 生产系统物流管理

- 学习目的和要求 / 450
- 第一节 物流管理概述 / 450
- 第二节 生产系统物流中采购与供应商管理 / 452
- 第三节 生产系统的仓储与库存管理 / 455
- 第四节 供应链管理 / 461
- 第五节 运输与配送 / 465
- 第六节 物流管理发展趋势分析 / 467
- 本章小结 / 472
- 学习自测题 / 474

第六章 生产系统质量管理

- 学习目的和要求 / 477
- 第一节 质量与质量管理 / 477
- 第二节 全面质量管理及质量保证体系 / 483
- 第三节 产品质量控制方法 / 487
- 第四节 ISO9000 族标准 / 489
- 本章小结 / 494
- 学习自测题 / 495

参考文献



第一篇 管理原理

第一章 管理概述

管理是在一定的环境下,对组织所拥有的资源进行有效的计划、组织、领导和控制,以实现组织既定目标的过程。对这个定义从以下三个方面进行理解:

首先,管理是服务性的活动。管理是为实现组织目标而服务的,它不能独立存在,必须依附于组织而存在。其次,管理具有二重性。管理既有自然属性,又有社会属性。自然属性是指管理中的某些方面,如计划、组织、控制等,是任何组织都共有的,不受社会制度、文化背景的影响。社会属性是指管理中的某些方面,如领导、激励等,是受社会制度、文化背景影响的。最后,管理是一个过程。管理过程是由一系列相互关联、相互制约的活动组成的,包括计划、组织、领导、控制、创新等。管理过程是一个动态的过程,随着组织内外部环境的变化而不断调整。

管理工作的意义在于:通过有效的管理,可以合理配置资源,提高组织效率,实现组织目标。管理是组织生存和发展的基础,是组织竞争力的核心。在现代社会,管理的重要性日益凸显,每个组织都必须重视管理,提高管理水平,才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

第一章 概论

学习目的和要求

一、重点掌握

管理的概念及性质

管理的职能

“管理理论丛林”的概念并了解其中主要的几个理论学派

二、一般了解

现代管理理论发展的新趋势

管理者的类型以及应掌握的基本技能

管理理论发展的几个基本阶段

古典管理理论阶段的代表人物和主要的管理思想

行为科学管理理论产生的背景以及主要内容

第一节 管理概述

一、管理的概念

管理是指在特定的环境下,对组织所拥有的资源进行有效的计划、组织、领导和控制,以实现既定的组织目标的过程。对这个定义从以下四个方面理解:

首先,从管理的目的性上理解,管理是服务于组织目标的实现而进行的有意识、有目的的活动。管理是任何组织所不可缺少的,但不是独立存在的。它有明确的目的性,但它没有自己的目标,不能为了管理而管理,而只能使管理服务于组织目标的实现。

其次,从管理的具体职能上理解,管理的过程是由一系列相互关联、连续进行的活动构成的,这些活动包括计划、组织、领导、控制和创新,它们成为管理的其本职能。

第三,从管理工作的评价上理解,管理是通过综合使用组织中的各种资源来实现组织目标的,因此管理工作的有效性要从效率和效果两个方面来进行评价。管理工作的效率是指组织是否以最少的资源投入来取得最大的产出,它涉及企业是否“正确地做事”;管理工作的效果是指组织取得的最大产出是否为合乎需要的产出,它涉及组织是否“做正确的事”。

第四,从管理与环境的关系上理解,管理工作是在一定的环境条件下开展的,环境既提供了机遇和机会,也构成了挑战和威胁。有效的组织必须充分考虑组织内外的特定环境的变化。

二、管理的性质

(一) 管理的二重性。马克思关于管理的二重性认为,管理一方面是由于许多人协作劳动而产生的,是由生产社会化引起的,是有效地组织共同劳动所必需的,因此它具有同生产力、社会化大生产相联系的自然属性;另一方面,管理又是在一定的生产关系条件下进行的,因此,它也具有同生产关系、社会制度相联系的社会属性。

(二) 管理的科学性。管理的科学性是指管理作为一个活动过程,其间存在着一系列基本的客观规律。它以反映管理客观规律的管理理论和方法为指导,有一套分析问题、解决问题的方法论。

(三) 管理的艺术性。管理的艺术性就是强调管理的实践性,管理人员必须在管理实践中,发挥积极性、主动性和创造性,灵活地将管理知识与具体管理活动相结合,才能有效地进行管理。

三、管理的职能

管理的职能划分为五个基本职能:计划、组织、领导、控制和创新。

计划职能就是管理者对要实现的组织目标和应采取的行动方案做出选择和具体的安排,包括研究活动的内外环境条件、制定经营决策和编制行动计划;

组织职能是指为保证组织计划的顺利实施,管理者要根据计划对组织活动中的各种要素和人们在工作中的分工合作关系进行合理的安排,它包括组织设计、人员配备、组织运行和组织变革;

领导职能是指管理者利用组织所赋予的职权和自身拥有的权力去指挥、影响和激励组织成员为实现组织目标而努力工作的一种具有很强艺术性的管理活动过程,它包括领导方式的选择、对下属的激励和沟通渠道的选择;

控制是为了确保组织目标及为此制定的行动方案顺利实现,管理者必须根据计划目标确立控制标准,并对各项活动的执行情况进行检查,发现或预见到偏差应及时采取措施予以纠正,这是狭义上的控制职能。广义的控制职能还包括根据组织内外环境的变化,对计划目标和控制标准进行修改或重新制定;

所谓创新,就是使组织的作业工作和管理工作都不断地有所革新、有所变化。创新是保持组织立于不败之地的法宝。

四、管理者的类型和应具备的基本技能

管理者的类型,可以按管理者所处的管理层次区分为高层管理者、中层管理者和基层管理者。

高层管理者是指对整个组织的管理负有全面责任的人,如首席执行官、公司总裁、副总裁等;中层管理者指处于高层管理者和基层管理者之间的一个或若干个中间层次的管理者,如部门或办事处主任、事业部经理、大学中的系主任等;基层管理者也称为运作管理者,是组织中处于最低层次的管理者,他们所管辖的仅仅是作业人员而不涉及其他管理人员。

管理者应具备的技能一般分为三类:

(一) 技术技能,指使用与某一专业领域有关的程序、技术、知识和方法完成组