

福建省企业工商管理培训教材

上 册

海潮摄影艺术出版社

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

福建省企业工商管理培训教材

*

海潮摄影艺术出版社出版发行

福建教育出版社印刷厂印刷

787×1092 毫米 1/16 69.75 印张 2109.2 千字

1998 年 6 月第 1 版

1998 年 6 月第 1 次印刷

印数：1—5000

ISBN7-80562-539-5/G·24

定价（上中下三册）：55.00 元

《福建省企业工商管理培训教材》

编 审 顾 问

中共福建省委常委、秘书长 黄瑞霖

福建省人大常委会副主任 施性谋

福建省政府副省长 黄小晶

福建省经贸委主任 谢先文

编审领导小组成员

福建省经贸委党组成员、纪检组长 张少钦

福建经济管理干部学院院长 陈训敬 副院长 朱立民

福建省经贸委教育处处长 林警章 副处长 林方琦 方黎明

中共厦门市经发委工作委员会副书记 欧阳建

厦门市经发委宣教处副处长 黄释奇

福建经济管理干部学院经济管理培训部副主任 杜国林

厦门涉外经济培训中心副主任 林保忠

编 审 组

组 长 张少钦

副组长 林警章 林方琦 黄释奇 杜国林

前 言

“九五”期间以及下世纪初的十多年里,将是我国实现经济体制和经济增长方式转变的关键时期。从计划经济体制向市场经济体制转变,是实现我国未来战略目标的前提和基础。由于长期受传统计划经济的影响,虽经二十年的改革开放,至今我国还有相当部分企业领导人员还存在有模糊的认识,在知识结构和管理能力上还不能适应市场经济条件下驾驭企业走向市场,迎接竞争的要求。不少企业的领导人员还认为,向市场经济体制转变,这仅仅是宏观的事、长远的事和国家的事,与自己、与企业没有直接的关系。殊不知,经济体制的转变,是通过一系列具体的政策措施来实现的,每项政策措施都会直接或间接地影响企业生产经营。国家经济体制的每一步改革,都会给企业带来深远而现实的影响。此外,国际国内市场环境的变化,使企业处在日益严酷的竞争环境中别无选择。长期以来,我国企业是在计划经济体制和短缺经济环境中生存,大多数企业只需埋头扩大生产能力,提高质量,没有库存和积压之虑。因此,投资饥渴和扩张欲望经久不衰,形成了传统国有企业特有的经营和发展方式。随着我国经济的发展和对外开放的逐步深入,终于在90年代中期结束了卖方市场的历史,瞬息之间,出现供过于求。这种变化,就使那些不重视产品质量的提高和产品结构改善,不重视节能降耗的企业陷入了停滞、徘徊,甚至亏损破产的危机之中。过去高关税保护使大多数企业安于现状,现在我们要加入世贸组织,国际知名大企业为主的外部竞争力量的出现,将使企业面临生与死的考验。国内企业素质的提高,企业家素质的提高,不再是发展的需要,更成为企业生死存亡的抉择;经济增长方式从粗放型向集约型转变,是国内企业面对日益强化的市场机制,日益激烈的市场竞争,求生存、求发展的必由之路。在传统计划体制下,国内企业形成了一整套以重数量、轻质量,重速度、轻效益,重外延、轻内涵,重新建、轻改造的经营理念和管理方式。在发展初期,如果说以大量稀缺资源投入为代价,换取有限的产出效益,是在所难免的话,现在经济总量达到一定规模之后,有限的资源和市场约束都使这种增长方式难以为继。

当前,改革开放已把我国经济推到一个新的发展阶段。我们要实现“两个根本性转变”,使中国经济全面走向世界,同世界经济接轨,必然会遇到许多新问题,新矛盾,其中相当一些矛盾的焦点,将集中在我国企业身上,关键是人的观念转变,特别是作为组织领导企业迈向

21世纪进程中的领导力量——企业领导人员知识结构的更新和思想观念的转变。而我国国有企业改革与发展,遇到的最大困难或是最严重的约束条件之一就是人才问题。因为经济发展的其它要素资源,如资金、设备、技术等发生短缺,可以通过引进、购买、吸收等各种方式直接或间接获得,惟有经营管理人才则必须主要靠我们自己培养。因此,可以说,在适应和完善社会主义市场经济体制和“两个根本性转变”所需的各种要素资源中,人才最为短缺。如果我们培养不出一大批国际水平的经营管理人才,就绝对不可能创造出具有国际竞争力的企业,中国经济走向世界和实现经济全面腾飞就成一句空话。应该说,近二十年的改革开放实践,使我国特别是我省的企业经营管理者特别是企业领导人员的素质得到了很大程度的提高。目前,在我省国有企业特别是国有大中型企业的领导人员中,具有大专以上学历的已占大多数,已成为改革开放和经济发展的重要推动力量。但是,这些人大多数是学工程技术的,很少是学工商管理的。而这支队伍基本上又是在计划经济体制下成长起来的,尚不能熟练地掌握和运用市场经济规则。为什么要在世纪之交下如此大决心对企业经营管理人员,特别是领导人员及其后备人员进行工商管理培训呢?这是与我国、我省当前经济发展形势和体制改革需要分不开的。同时,也是企业改革和发展的现实选择。从总体上看,我们企业的领导人员,在驾驭市场经济的能力方面,在思想观念、知识结构、决策水平等方面,还有很多的不足,与建立社会主义市场经济和现代企业制度的总体要求还有较大的距离,为实现“两个根本性转变”,推进中国经济与国际经济接轨,我们必须及早做好人才准备,这是历史赋予我们一项十分艰巨的战略任务。搞好国有企业,关键在人。邓小平同志早在1979年就指出:“任何事情都是人干的,没有大批的人才,我们的事业就不能成功。所以我们搞四个现代化,急需培养、选拔一大批合格人才。”江泽民同志在1997年召开的《全国组织工作会议》上,强调指出:“当今时代是一个各种新事物、新知识、新经验层出不穷的时代,我们要学习的东西多得很。不论谁,只要停顿下来,不学新东西,肯定要落后的。”市场竞争,首先表现为产品或服务的竞争,而技术和管理的背后则是企业经营管理者 and 职工队伍的素质状况。这是企业之间最深层次的竞争。

“九五”期间,国家经贸委推出企业经营管理人员特别是企业领导人员及其后备人员的工商管理培训,它既不同于“八五”期间的岗位任职资格培训及以往厂长经理统考;也不同于国际流行的工商管理硕士学历教育,它是在我国特殊历史时期,以市场经济为目标,全面改善企业经营管理人员特别是领导人员及其后备人员的知识结构,管理能力指向的基础性培训,旨在全面提高企业管理人员特别是企业领导人员经营管理素质,增强市场应变能力。这是一个跨世纪的特殊的使命,也是一次加速推动国民经济繁荣的重要行动。中组部、国家经贸委联合制定的《“九五”期间全国企业管理人员培训纲要》指出:“造就一支政治上强、锐意改革、积极进取、团结合作、善经营、懂技术的宏大的职业经营管理者队伍”,这是实现“两个根本性转变”,从整体上搞活国有企业,从而推动中国经济进入国际经济大循环的关

键。这是一项很紧迫的重要工作,也是为企业改革和发展增加后劲,意义非常深远。各级必须下大决心,花大力气做好这项工作。

为了推动福建省新一轮创业和企业工商管理培训,根据中组部、国家经贸委联合制定的《培训纲要》,在搞好福建经济管理干部学院和厦门涉外经济管理培训中心企业工商管理培训试点班的基础上,我们组织遴选了十几位有较高学术水平,又富有实践经验的任课老师,编写了《福建省企业工商管理培训教材》(上、中、下)三册,内容包括:邓小平理论、社会主义市场经济基本理论与实践、管理经济学、现代生产管理、公司理财、财务报告分析、工商企业经济法、企业战略管理、国际贸易与金融、人力资源开发与管理、市场营销、企业领导方法与艺术 12 门主干教材。这套教材结合福建省的实际情况,力求通过几个方面比较系统、全面、详细和较为通俗的阐述。一是联系实际,做到内容“宽、新、实”并举,涵盖了企业管理人员特别是领导人员所应掌握的工商管理知识的主要方面,反映了现代工商管理理论和方法的新进展,立足于实际应用;二是妥善地处理了学科体系与教学重点的关系,在保持必要的学科体系基础上,尽量做到少而精,文字表达也务求深入浅出,通俗易懂;三是体现集体智慧和主编负责相结合,在教材编写中,明确主编责任,同时在编写过程中,充分集思广益,体现集体智慧,保证了教材的质量,比较适合福建省企业工商管理培训之用。由于现代工商管理,对于我们而言是一项新生事物,在本教材组织编写过程中,时间紧,任务急,再加上经验不足,难免有疏漏之处,请大家批评指正。这套教材在今后适当的时候,还要作必要的修订,使之更趋完善。希望各有关方面,在建立我国社会主义市场经济体制过程中,在科技日新月异、竞争瞬息万变中,结合不断涌现的各种新经验、新管理理论,推进工商管理培训课程的更新补充。



1998 年 1 月 10 日

目 录

封面题字	福建省政府副省长 黄小晶
前 言	福建省经济贸易委员会主任 谢先文

第一编 邓小平理论

绪 论 邓小平理论是跨世纪建设有中国特色社会主义事业的指导思想

第一节 高举邓小平理论伟大旗帜	(1)
第二节 把握邓小平理论的科学体系	(4)

第一章 解放思想,实事求是,走自己的社会主义的发展道路

第一节 走自己的路,建设有中国特色的社会主义	(8)
第二节 解放思想,实事求是	(10)
第三节 坚持实践标准,在探索中开拓前进	(11)

第二章 社会主义的发展阶段

第一节 无产阶级革命家关于共产主义社会发展阶段的理论	(13)
第二节 我国正处在社会主义初级阶段	(15)
第三节 坚持党的基本路线一百年不动摇	(17)

第三章 发展生产力是社会主义的根本任务

第一节 马克思主义最注重发展生产力	(19)
第二节 必须坚持以经济建设为中心	(20)
第三节 科学技术是第一生产力	(21)

第四章 改革是社会主义的发展动力

第一节 改革是中国的“第二次革命”	(23)
第二节 建立社会主义市场经济体制,进一步解放和发展生产力	(24)
第三节 政治体制改革以建立社会主义民主政治为目标	(26)

第五章 社会主义建设的外部条件

第一节 我国社会主义建设面临的国际环境	(28)
第二节 坚持独立自主的和平外交政策	(30)
第三节 坚定不移地实行对外开放	(31)

第六章 社会主义建设的政治保证

第一节 四项基本原则是立国之本	(33)
第二节 四项基本原则是改革开放和现代化建设健康发展的保证	(34)

第三节 正确坚持和发展四项基本原则	(35)
第七章 社会主义建设的战略目标	
第一节 “三步走”的发展战略	(37)
第二节 遵循经济发展规律,力争隔几年上一个新台阶	(38)
第三节 先富带后富,逐步实现共同富裕	(39)
第八章 社会主义精神文明建设	
第一节 两个文明都搞好,才是有中国特色的社会主义	(41)
第二节 坚持“两手抓”,搞好精神文明建设	(42)
第三节 坚持重在建设的方针培养“四有”新人	(43)
第九章 社会主义的领导力量和依靠力量	
第一节 中国共产党是领导社会主义事业的核心力量	(45)
第二节 加强党的建设	(46)
第三节 社会主义的依靠力量	(47)
第十章 按照“一国两制”的构想实现祖国统一	
第一节 “一国两制”构想的形成和发展	(49)
第二节 “一国两制”的含义和根据	(51)
第三节 “一国两制”构想的伟大意义	(53)
 第二编 社会主义市场经济基本理论与实践	
第一章 市场经济的一般原理	
第一节 市场经济及其形成与发展	(55)
第二节 市场经济的一般特征和功能	(56)
第三节 市场经济的运行规律和运行机制	(58)
第二章 社会主义市场经济体制	
第一节 社会主义市场经济及其基本特征	(63)
第二节 社会主义市场经济体制及其基本框架	(66)
第三节 国有企业战略性改组	(68)
第三章 现代企业制度与资产经营	
第一节 企业制度	(72)
第二节 建立现代企业制度	(75)
第三节 资产经营	(78)
第四章 市场体系	
第一节 市场体系概述	(84)
第二节 商品市场	(85)
第三节 要素市场	(88)
第五章 宏观经济调控	

第一节 宏观经济调控及其必要性	(93)
第二节 宏观经济调控的任务和目标	(95)
第三节 宏观经济调控手段	(98)
第六章 社会保障体系	
第一节 社会保障体系的内容与功能	(103)
第二节 社会保障体系的建立与完善	(107)
附 录	(112)
 第三编 管理经济学	
第一章 绪 论	
第一节 管理经济学的研究对象	(119)
第二节 管理经济学的基本分析方法	(120)
第二章 市场供求机制分析	
第一节 供求法则	(126)
第二节 需求弹性分析	(142)
第三章 生产决策分析	
第一节 生产函数	(154)
第二节 产品产量的最优组合	(168)
第三节 规模经济性分析	(173)
第四章 成本利润分析	
第一节 管理决策中几个重要的成本概念	(178)
第二节 成本函数	(181)
第三节 收入与利润分析	(190)
第四节 贡献分析法及其应用	(193)
第五节 盈亏平衡分析法及其应用	(194)
第五章 市场结构与企业生产经营决策	
第一节 完全竞争条件下的企业行为模式	(197)
第二节 完全垄断条件下的企业行为模式	(201)
第三节 垄断竞争条件下的企业行为模式	(206)
第四节 寡头垄断条件下的企业行为模式	(211)
第六章 价格决策分析	
第一节 成本加成定价与增量分析定价	(218)
第二节 差别定价	(220)
第三节 多产品定价	(224)
第四节 企业内部的结转定价	(228)
附 录	(231)

第四编 现代生产管理

第一章 现代生产管理导论

第一节 现代企业与外部环境	(233)
第二节 我国传统生产管理模式弊端与更新	(235)
第三节 现代生产管理的发展与组织创新	(237)

第二章 现代生产系统设计与控制技术

第一节 现代生产系统设计	(241)
第二节 现代生产系统控制技术	(251)
第三节 现代生产系统现场管理	(260)

第三章 现代生产管理新方式

第一节 工业工程	(264)
第二节 成组技术	(267)
第三节 准时制生产方式(JIT)	(272)

第四章 GB/T19000 - ISO9000 系列标准与全面质量管理

第一节 GB/T19000 - ISO9000 系列标准	(283)
第二节 质量管理标准概念	(287)
第三节 质量体系认证	(291)
第四节 ISO9000 系列标准与全面质量管理	(299)

第五章 企业技术进步与产品开发

第一节 企业技术进步	(302)
第二节 企业产品开发	(310)

第六章 制造资源计划(MRP II)

第一节 制造资源计划(MRP II)概述	(315)
第二节 制造资源计划的演进与工作程序	(316)

附 录	(326)
-----	-------

目 录

第五编 公司理财

第一章 公司理财概述

第一节 公司理财对象	(333)
第二节 理财职能与目标	(335)
第三节 理财观念和理财环境	(336)

第二章 公司融资

第一节 金融市场	(339)
第二节 融资因素	(341)
第三节 金融资产估价	(345)

第三章 公司筹资

第一节 筹资规模与资本金制度	(348)
第二节 资金成本与资金结构——筹资决策	(351)

第四章 主权资本筹措

第一节 吸收直接投资	(357)
第二节 股票筹资	(358)
第三节 可转换证券与认股权证	(361)

第五章 债务资金筹措

第一节 银行借款	(365)
第二节 商业信用	(367)
第三节 融资租赁	(368)
第四节 公司债券	(369)

第六章 公司投资

第一节 投资概述	(371)
第二节 投资决策	(375)
第三节 投资分析	(381)

第七章 杠杆原理

第一节 经营风险与经营杠杆	(387)
第二节 财务风险与财务杠杆	(389)
第三节 企业风险与复合杠杆	(392)

第八章 股利分配

第一节 股利理论	(393)
第二节 股利策略	(395)
第三节 股利避税及股票回购与分割	(398)

第九章 资产营运

第一节 固定资产管理	(400)
第二节 流动资产管理	(405)

第三节 存货与营运资金管理	(413)
第十章 财务计划	
第一节 财务计划内容与程序	(417)
第二节 财务计划编制	(418)
第三节 财务计划指标体系	(424)
第十一章 公司合并、终止与清算	
第一节 公司合并	(427)
第二节 公司终止与清算	(432)
第六编 财务报告分析	
第一章 财务报告概述	
第一节 财务报告的内容与作用	(435)
第二节 阅读与分析财务报告的基本知识	(437)
第三节 财务报告分析方法	(443)
第二章 会计报表	
第一节 资产负债表及其附表	(446)
第二节 损益表及其附表	(456)
第三节 现金流量表	(460)
第四节 合并会计报表	(464)
第三章 财务报告的一般分析	
第一节 资产负债表及其附表的一般分析	(466)
第二节 损益表及其附表的一般分析	(476)
第三节 现金流量表的一般分析	(485)
第四章 财务报告的综合分析	
第一节 比率分析	(486)
第二节 杜邦财务分析体系	(495)
第三节 综合系数分析	(497)
第四节 我国企业经济效益评价指标体系	(498)
第五章 公开发行股票公司的信息披露制度	
第一节 公开发行股票公司概况	(500)
第二节 公开发行股票公司的信息披露制度	(501)
附 录	(504)
第七编 工商企业经济法	
第一章 高举邓小平理论伟大旗帜,坚定不移地走依法治国的道路	
第一节 建立社会主义市场经济体制,必须高度重视法制建设	(515)
第二节 高举邓小平理论伟大旗帜,全面推行依法治国的基本方略	(517)
第三节 搞好企业法制建设,是实现依法治国基本方略的重要内容和步骤	(519)
第二章 民法是企业实现依法经营管理的基本法	
第一节 民法的概述	(523)
第二节 有关法人制度的主要规定	(524)
第三节 有关物权制度的主要规定	(525)

第四节 有关债权制度的主要规定	(526)
第五节 有关知识产权制度的主要规定	(529)
第六节 有关代理和诉讼时效制度的主要规定	(531)
第三章 企业法是国有企业实现转换经营机制目标的重要法律依据	
第一节 企业法概述	(533)
第二节 国有企业转换经营机制的法律规定	(534)
第三节 国有企业进行结构调整的法律规定	(535)
第四章 公司法是建立现代企业制度的重要法律根据	
第一节 公司法概述	(540)
第二节 国有企业改组公司制企业的基本规定	(542)
第三节 国有企业改组公司制企业对组织机构的法律要求	(545)
第五章 合同法是维护企业公平交易的重要法律规范	
第一节 合同法概述	(548)
第二节 合同法规定的合同一般原理	(551)
第三节 我国现行“三大合同法”的不同规定	(559)
第六章 工业产权法是企业实现科技兴企的重要法律保障	
第一节 工业产权法概述	(562)
第二节 有关商标法的主要规定	(563)
第三节 有关专利法的主要规定	(566)
第七章 税收法是规范企业税收管理的重要宏观管理法	
第一节 税收法概述	(572)
第二节 税法的主要规定	(573)
第三节 税收征管法的主要规定	(577)
第八章 质量法是企业实现质量战略目标的重要法律手段	
第一节 质量法概述	(579)
第二节 产品质量法的主要规定	(580)
第三节 标准化法、计量法的主要规定	(583)
第九章 财务管理法是企业实现依法理财的重要法律保证	
第一节 财务管理法概述	(586)
第二节 有关会计法的主要规定	(587)
第三节 有关审计法的主要规定	(590)
第十章 反不正当竞争法是规范企业公平交易的“经济宪法”	
第一节 反不正当竞争法概述	(594)
第二节 不正当竞争行为的表现形式	(596)
第三节 对不正当竞争的监督检查	(599)
第十一章 劳动法是协调企业与职工劳动关系的基准法	
第一节 劳动法概述	(601)
第二节 劳动法规定的基本劳动制度	(602)
第三节 劳动争议处理	(606)
第十二章 诉讼法是维护企业合法权益的重要法律工具	
第一节 企业诉讼法概述	(607)
第二节 有关仲裁法的主要规定	(608)

第三节 有关民事诉讼法的主要规定	(612)
第四节 有关行政诉讼法的主要规定	(616)
附 录	(621)
 第八编 企业战略管理	
第一章 企业战略管理概论	
第一节 企业系统结构	(627)
第二节 企业战略概念及特征	(628)
第三节 企业战略管理	(631)
第二章 企业战略系统	
第一节 企业战略的构成要素	(635)
第二节 企业战略方案构成	(637)
第三节 企业战略体系	(642)
第四节 企业战略决策	(643)
第三章 企业战略分析	
第一节 企业战略环境分析	(646)
第二节 企业内部条件分析	(651)
第三节 企业战略分析方法	(655)
第四章 企业发展战略	
第一节 创新战略	(663)
第二节 企业一体化战略	(667)
第三节 企业多角化战略	(669)
第四节 企业集团化战略	(671)
第五章 企业竞争战略	
第一节 竞争分析	(673)
第二节 竞争战略	(675)
第三节 竞争优势	(677)
第六章 企业国际化经营战略	
第一节 企业国际化经营战略概述	(681)
第二节 企业国际化经营战略管理	(683)
第三节 企业国际化经营中的战略联盟	(685)
第七章 企业战略的制定、实施与控制	
第一节 企业战略制定	(689)
第二节 企业战略实施	(696)
第三节 企业战略控制	(699)
附 录	(703)

目 录

第九编 国际贸易与金融

第一章 国际贸易基础知识

第一节 国际贸易的基本概念	(707)
第二节 国际贸易的基本分类	(708)
第三节 当代世界市场的主要特征	(709)

第二章 国际贸易政策与措施

第一节 国际贸易政策概述	(711)
第二节 关 税	(713)
第三节 非关税壁垒	(717)
第四节 鼓励出口措施	(720)

第三章 关贸总协定与世界贸易组织

第一节 关贸总协定概述	(725)
第二节 世界贸易组织简介	(729)
第三节 GATT、WTO 与中国	(733)

第四章 国际贸易惯例与国际贸易术语

第一节 国际贸易惯例概述	(736)
第二节 国际贸易术语及有关惯例	(736)
第三节 主要国际贸易术语简介	(739)
第四节 贸易术语的运用	(744)

第五章 国际货物买卖合同的基本条款

第一节 品名、品质、数量和包装条款	(746)
第二节 装运与保险条款	(753)
第三节 价格与支付条款	(761)
第四节 商品检验、索赔、不可抗力 and 仲裁条款	(774)

第六章 合同的商订与履行

第一节 交易磋商	(780)
第二节 书面合同的订立	(787)
第三节 合同的履行	(788)

第七章 外汇及其管理

第一节 外汇与汇率	(792)
第二节 外汇市场与外汇业务	(796)
第三节 外汇风险管理	(802)
第四节 外汇管理与我国现行外汇管理制度	(807)
第五节 我国对外经贸企业的外汇管理	(812)

附 录	(815)
-----	-------

第十编 人力资源开发与管理

第一章 人力资源开发与管理导论

第一节 人——企业最宝贵的资源	(819)
第二节 以人为中心的管理——现代管理的共同趋势	(820)
第三节 传统的人事管理与现代人力资源管理	(821)
第四节 人力资源管理的基本功能	(823)
第五节 人力资源管理职能的参与者	(823)

第二章 职务分析

第一节 职务分析的基本概念及术语	(825)
第二节 职务分析的意义	(825)
第三节 职务分析常用的方法及步骤	(825)
第四节 职务说明书的编写	(831)

第三章 人力资源规划

第一节 人力资源规划的意义与用途	(833)
第二节 人力资源规划的制定过程	(833)
第三节 人力资源预测	(835)
第四节 人力供给与人力需求的平衡方法	(839)
第五节 人力资源管理信息系统	(840)

第四章 人员的招聘与调配

第一节 人员流动	(841)
第二节 人员招聘	(843)
第三节 人员调配	(847)

第五章 管理干部的评估

第一节 管理干部评估工作概述	(849)
第二节 我国管理干部评估方法及其改进	(851)
第三节 现代多维综合评估制度	(851)

第六章 绩效考评

第一节 绩效考评概述	(856)
第二节 绩效考评的技术	(858)
第三节 绩效考评的实施	(863)

第七章 员工激励

第一节 激励概述	(865)
第二节 激励理论	(866)
第三节 奖励与惩罚	(870)

第八章 工资管理

第一节 工资的功能、原则和形式	(872)
第二节 结构工资制的有效运用	(874)

第九章 员工培训和发展

第一节 员工培训与发展的意义	(879)
第二节 员工培训的目的和方法	(879)
第三节 员工培训系统的设计	(881)
第四节 员工职业发展设计	(883)

附 录	(885)
-----	-------

第十一编 市场营销

第一章 营销观念

第一节 营销——以满足顾客需求为中心的经营导向	(893)
第二节 顾客满意——营销导向的深化	(896)

第二章 STP 决策 (900)

第三章 营销战略及其选择

第一节 企业业界地位的营销原则	(905)
第二节 产品寿命周期的营销战略原则	(907)
第三节 SWOT 的营销战略原则	(909)
第四节 营销战略的构造	(911)

第四章 市场调查

第一节 市场调查内容与程序	(912)
第二节 调查方法	(914)

第五章 营销策划

第一节 营销策划程序	(924)
第二节 SWOT 分析方法	(926)

第六章 产品策略

第一节 产品概念	(930)
第二节 品牌决策	(934)

第七章 定价策略

第一节 定价原理	(940)
第二节 定价策略	(944)

第八章 分销渠道策略

第一节 分销渠道及其结构	(948)
第二节 分销渠道的选择和管理	(951)
第三节 批发商	(956)
第四节 零售商	(959)

第九章 促销组合

第一节 促销的概念与功能	(967)
第二节 促销的方式及基本策略	(968)
第三节 促销组合	(968)

第十章 广告策略

第一节 广告程序	(971)
第二节 广告调查	(972)
第三节 广告决策	(973)
第四节 广告效果检测	(982)

第十一章 营业推广

第一节 营业推广的概述	(985)
第二节 常用的营业推广的工具	(987)
第三节 营业推广的管理	(990)