

<<资本论经营智慧>>

图书基本信息

书名：<<资本论经营智慧>>

13位ISBN编号：9787010094298

10位ISBN编号：7010094292

出版时间：2011-1

出版时间：人民出版社

作者：梅建军

页数：249

字数：185000

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>

<<资本论经营智慧>>

内容概要

《资本论》是一部博大精深、蕴涵丰富的马克思主义经济学经典巨著。

《资本论》中的商品理论和资本理论对我国现代企业搞好商品经营和资本经营，提高市场竞争力，具有重要的启迪和指导作用。

忠实于《资本论》原著，通俗易懂，实用性强，是梅建军编著的《<资本论>经营智慧》的鲜明特点。

《<资本论>经营智慧》不是为学术而作，而是为应用而作；不是为学者而写，而是为经营者而写。

<<资本论经营智慧>>

作者简介

梅建军，1962年出生，山西夏县人，1989年山西大学政治经济学专业《资本论》研究方向硕士研究生毕业，主要从事《资本论》教学和研究工作。

现任山西大学经济与工商管理学院副教授，硕士研究生导师，政治经济学学科带头人，山西大学教学指导委员会专家，兼任山西省《资本论》研究会副会长。

获山西省优秀中青年骨干教师，山西省教学名师荣誉称号。

《资本论》学术研究成果获山西省社会科学研究优秀成果二等奖和山西省“百部篇工程”一等奖，《资本论》教学研究成果获山西省教学成果一等奖。

<<资本论经营智慧>>

书籍目录

前言

上篇商品经营

- 1、了解商品自然属性，确保商品自然品质
- 2、研究商品自然属性，开发生产系列商品
- 3、掌握市场所需所欲，生产适销对路商品
- 4、把握市场需求总量，确保商品有效供给
- 5、高度重视商品销售，成功完成“惊险跳跃”
- 6、选择上市时机地点，实现最大交换价值
- 7、采用正常生产条件，补偿全部劳动耗费
- 8、提高劳动复杂程度，增加商品社会价值
- 9、全方位提高劳动生产力，实现商品社会价值最大化
- 10、“肉体”“灵魂”融为一体，手段目的有机统一
- 11、依据市场需要变化趋势，适时调整商品生产经营
- 12、坚持四项基本要求，提高商品经营效益
- 13、创造维护顾客利益，力争顾客满足满意
- 14、明确“导向”、“基础”和“依据”，提高商品生产效率
- 15、尊重定价的科学性，运用定价的艺术性
- 16、做好产前、产后、售后营销，提高企业整体营销能力
- 17、交易营销关系营销并重，货币财富信用财富双赢
- 18、树立全方位竞争理念。

全面提高市场竞争力

- 19、降低商品生产成本，提高价格竞争能力
- 20、建立现代企业制度。

确保企业自主经营

- 21、掌握经营科学艺术，力争企业有方经营
- 22、实现经营者职业化。

提高企业经营水平

下篇资本经营

- 23、好马配好鞍，好车配风帆
- 24、明确资本人格代表，避免资本权益受损
- 25、搞好商品经营活动，实现资本经营目的
- 26、使用正常质量生产要素，确保同量资本应有增殖
- 27、尊重善待激励劳动者，确保同量资本更多增殖
- 28、树立以人为本理念，淘汰落后增殖方法
- 29、运用现代增殖方法，实现资本最大增殖
- 30、全面组织劳动协作，综合提高劳动生产力
- 31、加强不同形式分工合作，获取多种性质经济利益
- 32、眼观六路耳听八方，适时调整生产方式
- 33、内有动力外有压力，增强资本积累驱使力
- 34、依靠科技创新进步，增加资本积累数量
- 35、依靠科技创新进步，增强资本“扩张能力”
- 36、提高竞争力和信用度，增大企业资本总额
- 37、掌握资本运动原理，实现资本价值增殖
- 38、通过要素配置最优化，实现资本增殖最大化
- 39、保持资本运动连续性，实现资本增殖持续化

<<资本论经营智慧>>

- 40、缩短非劳动时间，提高“资本生产效率”
- 41、节约纯粹流通费用，提高资本增殖能力
- 42、注重固定资本利用保养，提高固定资本使用效率
- 43、加快资本周转速度，提高资本增殖效率
- 44、多种途径齐头并进，全面挖掘生产潜力
- 45、提高生产要素质量，内涵扩大生产规模
- 46、综合运用多种方法，多种途径提高利润率
- 47、扩大企业生产规模，节约使用不变资本
- 48、充分利用生产废料，大力发展循环经济
- 49、多种措施齐头并进。
延缓利润率下降趋势
- 50、区分企业利润和利息，准确衡量资本经营效益

<<资本论经营智慧>>

章节摘录

版权页：实话实说，这一时期的《资本论》学习和研究仍然局限于政治经济学领域，只停留在资本主义经济制度和资本主义经济运行机制层面，并没有扩展到政治经济学以外的方面，没有进入到现代企业的生产经营管理层面。

促使我对《资本论》的认识发生变化并着手探索《资本论》对现代企业生产经营管理的指导和启迪作用，源于硕士研究生毕业之后的两件事。

一是承担《市场营销管理》的教学工作。

1989年7月硕士研究生毕业后，我被分配到山西大学经济系任教。

当时由于系里《资本论》和《政治经济学》两门传统学科师资充足，而《市场营销管理》等新兴学科师资短缺，因此，科班出身的我却并没有承担《政治经济学》和《资本论》的教学，而是承担了新兴的、不曾学习研究过的《市场营销管理》的教学。

我在《市场营销管理》的教学活动中发现，《市场营销管理》虽然提出了现代企业应树立的许多经营管理理念，但有些经营管理理念往往缺少令人信服的理论基础。

例如，《市场营销管理》主张现代企业应树立“以消费者需求为中心”、“顾客是上帝”的经营理念，但对于这种经营理念理论基础的说明却不够明确或充分。

为弥补《市场营销管理》之不足，我尝试了“现代企业经营管理理念之理论基础”的研究。

在研究中发现，《市场营销管理》中所提出的许多经营管理理念的理论基础，其实就是马克思《资本论》中所阐明的经济学基本原理。

<<资本论经营智慧>>

编辑推荐

《经营智慧》由人民出版社出版。

<<资本论经营智慧>>

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>