

<<创业管理>>

图书基本信息

书名：<<创业管理>>

13位ISBN编号：9787121165115

10位ISBN编号：7121165112

出版时间：2012-4

出版时间：电子工业出版社

作者：(美) Steve Mariotti (美) Carolin

页数：384

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>

前言

译者序 进入21世纪,创业在促进科技创新、推动经济发展、解决就业等方面的作用日益凸显,并已经成为全球社会、经济发展的重要动力。

中国三十多年的改革开放实践证明,正是创业者的出现和成长改变了中国。

目前,中国已经成为世界创业活跃程度最高的国家之一,社会大众创业意愿不断高涨,新创企业数量持续增加。

然而,创业成功不仅需要激情、资金、运气和冒险精神,而且需要相应的创业知识和技能。

因此,拥有创业梦想的人们迫切需要创业指导。

我们发现,本书正是一本贴近实践、操作性强的创业指南。

本书作者史蒂夫马里奥蒂是美国的资深创业教育家,早在20世纪80年代就开发、设计了针对低收入群体的创业教育课程,并创建了美国创业教育基金会。

作为一位资深的创业教育家,马里奥蒂曾经先后获得安永美国创业者年度大奖、美国教育出版协会金火炬奖、美国独立企业联合会最佳企业教师等多项奖励。

同时,马里奥蒂是多本创业畅销书籍的合作撰写者。

本书是马里奥蒂与另一位美国资深创业管理专家卡罗琳格拉金合作的创业管理力作。

作为直接从事创业研究和教育的高校教师,我们曾接触、使用过多本有关创业的教材,但是拿到本书后,我们还是感到眼前一亮。

两位作者用真实生动的案例、平实易懂的语言,深入浅出地为我们讲解了创业知识,分析了创业过程中可能出现的各种风险和陷阱。

总体而言,本书的特点表现为如下三个方面。

第一,分解说明创业计划书,描绘清晰创业路线图。

对于创业者而言,完成一份详实的创业计划书可以帮助创业者梳理自身的创业思路,更好地完成创业准备。

与现有的创业教材不同,本书不仅提供了一份实际的创业计划书样本,而且将创业计划书内容与企业创建、顾客识别、资金使用、企业运营以及企业发展等具体的创业活动进行对照说明。

这样,不仅有助于读者更清楚地理解相关创业知识,而且可以帮助读者掌握在实践中开展创业活动的具体方法和策略,为读者绘制出一幅完整、清晰的创业路线图。

第二,精彩展示创业案例,丰富创业实践知识。

缺乏创业实践知识是很多创业者面临的主要困难,而本书在丰富创业实践知识方面做出了积极贡献。

本书不仅在每一章都编排了开篇案例和章末案例,而且在每一章的正文部分还根据相应内容需要穿插了“他山之石”、“商业实践”、“全球视角”等专栏。

这些源于真实生活的创业者和创业企业的成败事例为读者提供了生动、鲜活的创业实践知识,对于读者开拓视野、深化实践认知、纠正创业误区、规避创业风险具有重要的借鉴意义。

第三,精心设计创业训练,提高创业实践技能。

创业者需要相应的素质和技能,但不是每一个期望创业的人都具备相应的创业素质和技能。

为了帮助读者了解自身的创业素质和技能,提高创业实战能力,本书在每章结尾部分都设计了创业综合训练单元,包括批判性思考、关键概念问答、应用练习、社区资源开发、网络资源开发以及案例讨论等。

通过这些形式多样、内容丰富的实战训练,读者可以更好地认清自身的创业潜质,锻炼创业潜能,进而提高创业成功的可能性。

我们相信,通过阅读本书,读者将会更清楚、更全面地认识创业活动,理解创业过程的挑战性,提高相应的创业能力。

希望本书对于潜在创业者以及正处在创业起步阶段的创业者提供有益的借鉴和帮助,为创业者指明前进方向,描绘清晰的创业路线图,帮助创业者成功创业。

在本书即将出版之际,特别感谢电子工业出版社为我们提供了一个极具价值的学习机会,感谢王赫男、王长帅两位编辑对我们工作的帮助和支持。

同时，感谢华中科技大学管理学院硕士生李伟、张俊对本书第二单元及每章讨论案例的初译工作。感谢湖北众友科技实业股份有限公司财务总监车桂娟博士，湖北经济学院工商管理学院李瑜、李巍副教授，戴化勇、张冕、廖靛博士对本书初稿提出的修改意见。

本书由陈昀负责初稿翻译，彭代武对初稿进行审校并提出修改意见。

彭代武、陈昀共同完成了本书的二稿、三稿审校工作。

由于我们的水平有限，译释不当之处在所难免，在此恳请各位读者批评指正。

彭代武陈昀 2012年1月

<<创业管理>>

内容概要

《创业管理：创立并运营小企业（第2版）》是在美国创业教育基金会创立的创业教育项目基础上编写的一本创业教材。

《创业管理：创立并运营小企业（第2版）》的两位作者不仅具有坚实的创业理论知识基础，而且具有丰富的企业创建、管理经验，更重要的是两位都是长期从事创业教育的教育专家。这就使得《创业管理：创立并运营小企业（第2版）》相对于一般的创业教材更好地实现了理论性和实践性的统一。

全书以全球蓬勃发展的创业活动为背景，使用通俗易懂、简洁明快的语言，全面、细致地分析了新创企业管理的各个关键点：如何开创企业、识别顾客、善用资金、运营企业、壮大企业。

书籍目录

第一单元 开创你的事业第1章 识别创业机会1.1 什么是创业1.1.1 谁是创业者1.1.2 经济问题1.1.3 自愿交换1.1.4 市场经济收益1.1.5 什么是“小”企业1.2 为什么要成为创业者1.2.1 赚钱的欲望不是创立企业的唯一原因1.2.2 重新定义成功1.3 成为创业者的风险与收益1.3.1 成本/收益分析1.3.2 机会成本1.4 创业形式选择1.5 创业机会识别1.5.1 创业者创造性地利用世界变化1.5.2 一般人看到的是问题而创业者看到的是机会1.5.3 训练你识别商业机会的心智1.5.4 发挥你的想象力1.6 创意不一定是机会1.6.1 机会随环境而变1.6.2 市场机会的五种来源1.6.3 内部机会1.6.4 外部机会1.7 获得企业所有权1.7.1 收购现有企业1.7.2 获取特许经营权1.7.3 技术许可1.7.4 不要窃取他人的成果1.8 用自己的方式运营企业1.8.1 为了生存企业必须获得赢利1.8.2 利润是创业者增加价值的信号1.8.3 利润源自创业者的抉择1.8.4 创建成功企业的七项规则1.8.5 建立团队的方法第2章 编制创业计划2.1 什么是创业计划2.2 为什么需要创业计划2.2.1 提早完成创业计划有助于节省时间和金钱2.2.2 创业计划是融资的关键2.2.3 创业计划是运营指南2.3 创业计划的主要内容2.3.1 封面和目录2.3.2 执行总结--创业计划的简要说明2.3.3 使命与文化--对组织的期望2.3.4 公司描述--背景和可追溯记录2.3.5 机会分析与研究--检验想法2.3.6 营销战略和计划--获得顾客2.3.7 管理和运营--启动计划2.3.8 财务分析和计划--将行动变成收入2.3.9 融资要求和退出战略--要求和回报2.3.10 附录--对某些情况的详细说明2.4 创业计划的写作建议2.5 创业计划的展示技巧2.6 创业计划与创业竞赛第3章 创建新企业3.1 苹果发明个人电脑3.2 企业定义3.3 理想中的企业3.3.1 公司的核心价值观3.3.2 公司的使命是满足顾客3.3.3 企业的愿景是更广阔的视角3.3.4 公司的文化定义了工作环境3.3.5 决策过程3.4 明确企业的竞争优势3.4.1 通过判断顾客需要和期望发现竞争优势3.4.2 拥有对市场的独特知识3.4.3 竞争优势的六个因素3.4.4 竞争优势足够强大吗3.4.5 竞争审核3.5 最佳巧克力蛋糕公司案例3.5.1 竞争战略：企业定义与竞争优势3.5.2 战略与战术3.6 检验企业的财务可行性3.6.1 定义单位销售额3.6.2 产品销售成本和毛利3.6.3 企业的单位经济值3.6.4 单位经济值中的直接人工成本3.6.5 雇用员工完成单位销售额3.6.6 扩大产量第二单元 识别你的顾客第4章 寻找目标市场4.1 什么是市场营销4.2 着眼成功的市场研究4.2.1 市场研究的类型和方法4.2.2 直接从源头获取信息--一手研究4.2.3 间接地获取信息--二手研究4.3 市场研究帮助认识你的顾客4.3.1 发现目标顾客4.3.2 顾客调查4.3.3 行业研究--50000英尺的远见4.3.4 创办公司之前先研究市场4.3.5 让市场研究成为企业经营的一部分4.4 了解顾客购买决策4.4.1 在顾客心中有一席之地4.4.2 特征创造收益4.4.3 家得宝：教导顾客而获得回报4.4.4 需要、欲望和需求4.5 选择目标市场4.5.1 成功的市场细分：美体小铺4.5.2 市场细分方法应用4.5.3 产品生命周期4.5.4 市场饱和了吗4.6 明确市场定位4.7 制订市场营销计划第5章 优化营销组合5.1 营销组合5.2 产品5.2.1 明智地选择产品或服务5.2.2 品牌集中5.2.3 福特汽车代价高昂的失败5.2.4 福特汽车集中战略的成功5.2.5 如何建设品牌5.3 价格5.3.1 双倍定价：零售商的经验法则5.3.2 其他定价策略5.3.3 加成定价法5.4 渠道5.5 促销5.5.1 营销资料应该强化竞争优势5.5.2 哪里去做广告？看清顾客5.5.3 媒体5.5.4 印刷、音频和视频宣传册5.5.5 宣传5.5.6 制造新闻故事5.5.7 新闻稿实例5.5.8 电话跟踪新闻稿5.5.9 第五个“P”--慈善5.5.10 善因营销5.5.11 赢得商誉5.5.12 非营利组织5.5.13 为美国而教和优诺公司5.5.14 创业者的贡献5.5.15 你也可以作出贡献5.6 作为固定成本的营销5.6.1 计算盈亏平衡点5.6.2 餐馆的盈亏平衡分析第6章 提升销售技能和顾客服务6.1 销售技能：企业成功的基本条件6.1.1 销售是市场研究的重要依据6.1.2 销售的本质是传授知识6.1.3 销售的基本原则6.2 销售拜访：企业成功的关键环节6.2.1 电子邮件、博客、论坛6.2.2 筛选拜访对象6.2.3 关注顾客6.2.4 销售拜访的八个步骤6.2.5 成功销售人员的三种行为6.2.6 分析销售拜访以成为销售明星6.2.7 将反对变成优势6.2.8 利用技术帮助销售6.2.9 一分钟的销售拜访6.3 回头客：企业成功的保障6.3.1 顾客服务就是让顾客愉悦6.3.2 失去一个顾客的成本6.3.3 顾客投诉的价值6.3.4 商誉促进局6.4 顾客服务：也是一种营销6.4.1 顾客服务是市场研究的重要资料来源6.4.2 建立顾客数据库6.4.3 让顾客向新顾客推荐你第三单元 善用你的资金第7章 估算创业成本7.1 什么是企业运营成本7.2 项目启动投资7.2.1 使用头脑风暴法避免出乎意料的项目启动投资7.2.2 进行成本研究7.2.3 保留项目启动投资一半的准备金7.2.4 投资回收期7.3 固定成本和变动成本7.4 计算关键成本7.4.1 计算总毛利和边际贡献7.4.2 销售多种产品时计算单位经济值7.4.3 固定运营成本7.4.4 随时间变化的固定成本7.4.5 在可能的地方摊销固定成本7.4.6 固定成本的危险7.4.7 通货膨胀对小企业的影响7.4.8 使用会计记录分析固定成本和变动成本7.4.9 “现金”会计记账法7.5 使用日记账编制财务

报表7.5.1 月度损益表7.5.2 投资收益7.5.3 月度资产负债表7.6 管理现金的三项原则7.6.1 做好会计账目记录7.6.2 储备至少三个月的固定运营成本第8章 解析财务报表8.1 财务报表8.2 损益表8.2.1 损益表构成8.2.2 一个简单企业的损益表8.2.3 双底线8.2.4 一个复杂企业的损益表8.3 资产负债表8.3.1 短期资产和长期资产8.3.2 流动负债和长期负债8.3.3 资产负债表等式8.3.4 资产负债表显示了通过负债或权益得到的资产8.3.5 资产负债表说明企业如何融资8.3.6 分析资产负债表8.3.7 折旧8.4 财务比率分析8.4.1 损益表比率8.4.2 投资收益率8.4.3 销售利润率8.4.4 相同规模分析8.4.5 流动比和速动比8.4.6 负债比率：显示债务与权益的关系8.4.7 运营效率比率第9章 现金流及税务分析9.1 现金流是企业的活力源泉9.1.1 损益表并不显示实际拥有.....

<<创业管理>>

编辑推荐

《创业管理：创立并运营小企业（第2版）》不仅可以作为商科学生学习创业管理的教材，而且非常适合实际创业的读者参考学习。

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>