第一图书网, tushu007.com

<<商务学导论>>

图书基本信息

书名：<<商务学导论>>

13位ISBN编号：9787302110491

10位ISBN编号：7302110492

出版时间：2005-7

出版时间：清华大学出版社

作者：尼克而斯,

页数：421

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

第一图书网, tushu007.com

<<商务学导论>>

内容概要

清华大学出版社与美国麦格劳?希尔教育出版公司的合作，引进出版这套“ 精编版 ”的英文工商管理教材，也是体现这一理念。
这套教材吸收国际最新教学成果，提供全方位的教学资源，并借助英语的语言媒介，将会大力提升与发展中国工商管理教学水平，提高学生使用英语语言和网络手段获得长久的终生学习的能力和兴趣，进而提高我国工商界的国际竞争力。
这是一件具有重大意义的工作。
本书多年来在新中国始终是首选的商务学入门教材,几位作者凭借自己丰富的教学经验,并广泛听取来自400多名学者以及众多学生的建议和意见，对其不断进行完善。
无论是提供最翔实的商务学基础知识，还是让学生接触到真实的企业问题，本书都是做得最好的。
本书内容全面、角度新颖，适用对象广，实践指导意义强。
既适合作为高等院校相关专业的教科书，也可作为内容全面的学科参考手册供相关领域的管理人员和研究人员使用。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

作者：（美国）尼克而斯 麦克休

第一图书网, tushu007.com

<<商务学导论>>

书籍目录

第1部分 商务趋势：在多变的全球环境中培育企业 第1章 动态商务环境中的管理：承担风险，获取收益 第2章 全球市场上的竞争 第3章 道德行为和社会责任的证明第2部分 企业所有权：组建小企业 第4章 选择企业的组织形式第3部分 企业管理：激励员工为顾客提供满意服务 第5章 管理、领导和员工授权 第6章 使组织适应市场第4部分 人力资源管理：激励员工提供优质产品和服务 第7章 员工激励与组建自我管理式团队第5部分 营销：制定和实施以顾客为导向的营销计划 第8章 营销：营造与顾客和利益相关人的关系 第9章 产品与服务的开发和定价第６部分 决策：信息管理 第10章 了解财务信息和会计第７部分 管理财务资源 第11章 财务管理 第12章 证券市场：融资和投资机会 第13章 了解货币与金融机构各章注释术语表主题索引

第一图书网, tushu007.com

媒体关注与评论

书评根据中国工商管理本科大纲要求和教学实践进行详细精简的本科英文教材，适用中国国情及国际化双轨要求的双语教学英文教材，为中国应用型商科教育发展奠定教学模式及基础的英文版商科教材。

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《商务学导论（第7版）（英文版）》根据中国工商管理本科大纲要求和教学实践进行详细精简的本科英文教材，适用中国国情及国际化双轨要求的双语教学英文教材，为中国应用型商科教育发展奠定教学模式及基础的英文版商科教材。

第一图书网, tushu007.com

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