

<<创业学>>

图书基本信息

书名：<<创业学>>

13位ISBN编号：9787504733351

10位ISBN编号：7504733350

出版时间：2010-3

出版时间：中国物资出版社

作者：陈炜煜

页数：302

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>

<<创业学>>

内容概要

《创业学》内容简介：20世纪后期，知识经济兴起，经济全球化波涛汹涌，国与国之间的竞争，日益成为人才、人力资源的竞争，在这样的宏观环境下，人们都在思考如何迎接21世纪的挑战。

1998年发布的《世界高等教育会议宣言》称：“必须将创业技能和创业精神作为高等教育的基本目标”：“高等教育应主要培养创业技能与主动精神，毕业生将愈来愈不再仅仅是求职者，而首先应成为工作岗位的创造者”等主张。

从此，在世界范围内，高等教育领域掀起了一场以“创业教育”为核心内容的改革。

大学生作为新增劳动力中的优秀群体，其创业能力是一个国家经济和社会发展的重要维系，关系到一个民族的强弱和兴衰，关系到国家发展战略的实现。

可以说，创新是一个民族进步的灵魂，创业是国家经济和社会发展的动力，是一个国家兴旺发达的重要支撑。

<<创业学>>

书籍目录

第一篇 导论	1 创业者	1.1 成功创业者的特点	1.2 创业者的背景	1.3 创业者与创造者	1.4 创业者的忌讳
	2 市场机会	2.1 市场环境分析	2.2 市场调研	2.3 市场机会的识别	2.4 市场进入策略
	2.5 创意及其来源、方法	第二篇 创业计划			
		3 创业计划总纲	3.1 创业计划及其结构	3.2 创业计划的信息需求——你需要什么	3.3 创业计划的制订
		3.4 创业计划的实施	3.5 创业计划失败的原因——问题出在哪儿	4 市场营销计划	4.1 正确理解市场营销计划
		4.2 如何制订市场营销计划	4.3 营销策略的最优	4.4 如何避免失败	5 财务成本计划
		5.1 经营计划与资本金	5.2 财务计划的编制	5.3 财务预算管理	5.4 现金流量分析
		5.5 财务风险的平衡	6 人事组织计划	6.1 企业形式的选择	6.2 建立高效的组织结构
		6.3 管理团队	6.4 培育独特的企业理念	第三篇 创业的管理	
		7 内部管理制度的建立	7.1 财务管理	7.2 市场营销管理	7.3 内部管理控制
		7.4 借用外脑	8 内部信息系统的建设	8.1 企业信息流分析	8.2 信息传递的方向
		8.3 信息的处理	8.4 命令的传达	8.5 企业信息系统的优化	9 内部激励制度的建立
		9.1 怎样看待下属	9.2 建立适当的激励制度	9.3 正确的评价制度	9.4 公平的待遇
		9.5 管好你自己	第四篇 成长与发展		
		10 确定创业成功的关键因素	10.1 愿景规划与目标	10.2 持续的市场调研	10.3 密切观察客户的变动
		10.4 了解竞争对手	10.5 企业内部的创新	11 经营环境的分析	
		11.1 经营战略	11.2 经营环境分析的内容	11.3 经营环境分析的手段	11.4 成长过程中的常见问题
		12 市场差异的扩大	12.1 客户的开发	12.2 价格的合理化	12.3 建立独特的营销渠道
		12.4 调整销售队伍	12.5 提高经营技巧	13 人力资源的优化	
		13.1 人力资源现状分析	13.2 招聘	13.3 培训	13.4 学会授权
		附录 成功并不像想象那么难	企业家语录		著名的99个管理定律
		后记			

章节摘录

微观经营环境是指那些直接影响企业运转的外部经济因素，它们直接促使企业做出这样或那样的经营决策，主要包括行业发展前景、竞争、市场结构、原材料供应、消费者的特性等。

1. 行业发展前景行业的发展影响着市场的前景和进入政策。

因此必须对诸如市场的增长性、竞争者的数量及其增长速度、行业的进入障碍、消费的变化等问题做出自己的判断。

如果这个市场没有进入障碍而且无比巨大，例如方便食品市场，那么任何想独占市场的想法都是可笑的。

任何人都能够通过自己的努力在其中分一杯羹。

如果一个市场的容量只有1000万元，而且又存在比较激烈的竞争，经过努力你只能占有5%的市场份额，那它几乎没有必要列入你的计划。

但如果它以每年50%的速度增长，5年后这个市场将达到8000万元，而你的市场份额也将达到400万元。

另外，对消费需求变化的敏感同样决定了你的成功，要知道消费者需要的是美观耐用的产品和热情周到的服务，如果没有特别的理由，为什么要改变呢？

所以，你应该注重产品和服务的不断改进，而不应一味追求创新。

2. 竞争 任何企业都会面临竞争，新创的中小企业面临的竞争者可能更多。

创业者应该对同行密切关注，时刻准备接受挑战。

为此，你必须要清醒地认识到谁是合作者？

谁是竞争者？

竞争者的优势是什么？

劣势是什么？

它的优势是否可以转化，它的缺点是否致命，以及采取什么样的措施可以扩大你的市场差异从而打败对手？

3. 市场结构 市场结构分析可以帮助你谨慎地选择将要进入的市场。

我们这里主要考虑的是市场竞争结构，主要考察竞争的类型、竞争对手的数量和规模、市场的价格、企业的特性等问题。

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>