

<<管理与营销>>

图书基本信息

书名：<<管理与营销>>

13位ISBN编号：9787550407862

10位ISBN编号：755040786X

出版时间：2012-8

出版时间：西南财经大学出版社

作者：魏强劲

页数：298

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>

<<管理与营销>>

内容概要

《21世纪应用型本科理工科学生经济管理实用教材：管理与营销》吸收了国内外较新的企业管理、财务管理、市场营销学成果和编写人员多年的教学经验，力求在加强理工科学生经济管理素质和能力的培养上，做到基础性、实践性、前瞻性的统一，充分体现新时期高等院校人才培养的新特点与新要求。

本书以管理原理为基础，财务管理、市场营销策略为重点，将理工科学生应具备的经济管理素质和能力融于一书。

本书为努力扩大信息量、强化可读性、加深读者的理解，将案例溶入到章节中，并在结构安排上，各章均采取了教学目标、教学重难点、关键概念、本章小结、思考与练习、并列的方式，内容完整，结构合理，有利于培养学生的实践能力。

书籍目录

第一章 管理学基础第一节 管理与管理者第二节 管理的职能第二章 生产运作管理第一节 生产运作管理基础第二节 现场管理第三章 质量管理第一节 质量管理基础第二节 全面质量管理第四章 财务管理的基本理论第一节 财务管理概述第二节 资金时间价值第三节 风险价值第五章 筹资管理第一节 筹资概述第二节 负债资金的筹集第三节 权益资金的筹集第四节 混合性筹资第五节 资金成本第六节 财务风险的衡量第七节 资金结构与筹资决策第六章 企业项目投资管理第一节 项目投资决策的相关概念第二节 项目投资净现金流量的确定第三节 项目投资决策评价方法第四节 投资项目评价方法的应用第五节 项目投资风险的分析第七章 企业财务分析第一节 财务分析概述第二节 偿债能力分析第三节 营运能力分析第四节 获利能力分析第五节 综合财务分析第八章 市场营销原理第一节 市场营销概述第二节 顾客价值与顾客满意第三节 市场营销环境第四节 消费者市场第五节 目标市场营销战略第九章 产品策略第一节 产品整体概念第二节 产品生命周期第三节 产品组合第四节 新产品开发第十章 分销策略第一节 分销渠道含义及类型第二节 分销渠道的设计和管理第三节 分销渠道模式第十一章 价格策略第一节 影响定价的因素第二节 定价方法第三节 定价技巧与策略第十二章 促销策略第一节 促销组合第二节 人员推销第三节 广告策略第四节 销售促进策略附录参考文献

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>