

<<商务管理>>

图书基本信息

书名：<<商务管理>>

13位ISBN编号：9787562331537

10位ISBN编号：7562331537

出版时间：2009-8

出版时间：华南理工大学出版社

作者：赵虎，邓波 编

页数：334

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

自我国提出大力发展高等职业技术教育以来，高职教育已取得了前所未有的成就，占据了我国高等教育的半壁江山。

特别是2006年教育部颁布了《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》（教高[2006]16号），指出高职教育是高等教育的一种“类型”以来，高职教育的发展更是一片欣欣向荣。

通过示范性院校建设项目和精品课程项目的启动和实施，高职教育日益彰显其作为高等教育的一种“类型”的本质属性和特征。

高技能人才培养模式也正由传统封闭的学校教育转向现代开放的校企合作办学模式，工学结合已成为高职教育人才培养模式改革的重要切入点。

但是，要实现这一培养模式，课程改革是关键。

高职教育与普通高等教育的类别特征及与中等职业教育的层次区别，也集中反映在其课程体系与课程内容之中。

正如姜大源先生所说，想实现工学结合，而又不课程进行改革，那么只能是镜花水月。

课程始终是职业教育和教学改革的核心。

事实证明，没有课程改革的教育改革一定是一场不彻底的、没有深度的，因而也不可能有实质性突破的改革。

正因为如此，中国高职教育整体的改革步伐始终伴随着三次课程改革的浪潮。

第一次浪潮为20世纪80年代中后期至90年代初期，课程改革重点强调建设学科体系和实践体系双轨制的课程体系；第二次浪潮为20世纪90年代中后期至21世纪初，课程改革重点强调建设能力本位的模块化高职教育的课程体系；第三次浪潮为2006年以后，开始探索构建基于工作过程系统化和项目化的行动导向的课程体系。

国家示范性高职院校建设计划和国家精品课程建设项目以及国家高职名师的评选计划的实施，标志着我国高职教育发展正式转向内涵建设。

目前，高职教育课程模式由单一走向多元，从封闭走向开放，以产业、行业、企业、职业、实践要素以及其工作过程系统化为基础，以真实的工作任务或产品为载体来对课程进行整体设计，将行业、企业技术标准与通用权威的职业资格标准引进课程，初步形成了职业实践导向的高职教育课程体系。

## <<商务管理>>

### 内容概要

《21世纪高职高专经管类系列规划教材：商务管理》内容横跨工商管理类多个学科，兼具思想性与实战性，不仅适合高职院校相关专业（课程）选作教材，也可供商务人士研读。

在跌宕起伏的当代商务环境中如何有效管理商务运营？

《21世纪高职高专经管类系列规划教材：商务管理》以三编十四章的篇幅对此问题进行了精要解答。全书以商业机会的呈现、识别、运营、控制为主线，从企业和企业管理者的视角出发，构建了契合时代精神的商务管理体系，系统论述了商务管理实务中的基本思想与基本方法。

全书列出了近百个现实案例，生动解读了当代商务管理实践之精髓。

## &lt;&lt;商务管理&gt;&gt;

## 书籍目录

导言第一编 总论1 当代商务环境1.1 当代国际商务环境1.2 当代中国商务环境1.3 系统思考2 商业机会2.1 识别商业机会2.2 设计商业模式2.3 管理商务运营3 商事组织3.1 什么是商事组织3.2 企业结构的新模式3.3 企业资产无形化4 商务人员4.1 企业家精神4.2 沟通、激励与控制4.3 员工职业素养培育第二编 商务过程管理5 采购管理5.1 什么是采购管理5.2 采购计划管理5.3 供应商管理5.4 采购绩效评估6 营销管理6.1 什么是营销管理6.2 营销计划6.3 营销执行6.4 营销控制7 招投标管理7.1 什么是招投标7.2 招标管理7.3 投标管理8 资本运营管理8.1 什么是资本运营管理8.2 资本运营的基本方式8.3 投资者关系管理9 战略联盟管理9.1 什么是战略联盟9.2 战略联盟的建立和维护9.3 评估战略联盟第三编 商务行为管理10 商务沟通管理10.1 什么是商务沟通管理10.2 商务谈判10.3 企业主要外部关系的沟通11 商务合同管理11.1 合同概述11.2 商务合同11.3 商务合同的订立与履行11.4 商务合同的担保11.5 商务合同的变更、转让、终止11.6 违约责任11.7 企业商务合同管理12 商务冲突管理12.1 什么是商务冲突管理12.2 商务冲突管理的程序和策略12.3 商务冲突的解决方式13 商务危机管理13.1 什么是商务危机管理13.2 商务危机处理原则13.3 商务危机处理14 商务风险管理14.1 风险和商务风险14.2 全面风险管理14.3 商务风险管理技术后记参考文献

章节摘录

**商务活动** 企业创造产品和服务价值的活动是生产活动，而从外部有代价地获取各种资源，并将其创造的产品或服务进行有偿交换的活动就是商务活动。

生产活动和商务活动是企业的基本活动，生产活动是企业再生产的中间环节，商务活动是企业再生产的起点和终点。

从这个意义上考察商务活动，商务概念的外延进一步拓宽，大致可将商务活动分为以下三个层次：

(1) 为保证生产活动正常运行所进行的采购、销售、储存、运输等活动，这是企业最基本的商务活动。

(2) 为稳定企业与外部的经济联系及有效开展购销活动所进行的商情调研、商业机会选择、商务洽谈、合同签订及履行、商务冲突与危机处理等活动，这是为生产和购销服务所进行的活动。

(3) 为保持自身的竞争优势和长期稳定发展所进行的塑造组织形象、资本运营、战略联盟、风险防范等活动，这是战略性的商务活动。

上述三个层次相互联系、相互影响，构成一个完整的商务活动体系。

.....

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>