

《纺织企业管理基础(第三版)》

书籍信息

版次：3

页数：

字数：

印刷时间：2008年02月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787506447706

丛书名：纺织高职高专“十一五”部委级规划教材

内容简介

本书从培养纺织应用型专门人才的实际出发，围绕现代纺织业企业管理实务操作的相关知识、技能要求，从初步认识纺织企业管理、纺织企业决策者理念与方法、纺织企业营销者理念与方法、纺织企业生产管理者运作方法以及纺织企业成本控制与财务分析5个单元，详细全面介绍了现代纺织企业运行与管理中最基本的理论知识、实用技术和方法。本书的特点是突出纺织管理业务岗位和工作任务或项目所需的知识、技能要求，深入浅出、知识容量大、可操作性强，有利于培养学生分析问题和解决问题的能力。本书适用于高职高专院校纺织、服装、管理等相关专业学生使用，也可作为纺织企业管理、技术人员的培训教材和参考资料。

目录

第一单元 走进纺织企业管理

第一章 纺织企业与管理

第一节 企业设立与企业系统

一、企业设立的基本条件

二、企业设立登记、注册的基本流程

三、企业系统与组织构架

第二节 企业管理概述

一、管理的含义与职能

二、企业管理的内容、方法与手段

三、企业管理基本理论及其发展

四、现代企业制度

第三节 纺织企业管理

一、我国纺织工业概况

二、纺织企业管理的基础工作

三、纺织企业管理者的角色与应具备的素质

技能实训

案例综合分析

第二单元 纺织企业决策者理念与方法

第二章 纺织企业决策者战略理念

第一节 纺织企业发展战略与核心竞争力分析

一、纺织企业决策者的战略分析

二、企业文化与核心竞争力

三、纺织企业的战略定位

第二节 纺织企业的基本战略

一、纺织企业品牌战略

二、纺织企业人才战略

三、纺织企业资本运营战略

技能实训

案例综合分析

第三章 纺织企业决策方法

第一节 纺织企业决策过程

一、企业决策及特征

二、纺织企业的决策过程

第二节 纺织企业决策方法

一、定性分析法

二、定量分析法

技能实训

案例综合分析

第三单元 纺织企业营销者理念与方法

第四章 纺织企业营销者理念

第一节 纺织企业市场营销观念

一、从纺织企业营销者的角度分析自己

二、纺织企业市场营销观念的发展历程

第二节 纺织企业市场细分与目标市场选择

一、纺织企业市场细分

二、纺织企业目标市场的选择策略

三、纺织企业目标市场的定位策略

技能实训

案例综合分析

第五章 纺织企业营销策略

第一节 纺织企业经营业务的基本流程及其管理

一、纺织企业的基本业务流程图

二、具体业务流程及其管理

.....

第四单元 纺织企业生产管理者运作方法

第六章 纺织企业生产组织管理

第七章 纺织企业工艺管理

第八章 纺织企业设备管理

第九章 纺织企业供应链管理

第十章 纺织企业质量管理

第五单元 纺织企业成本控制与财务分析方法

第十一章 纺织企业成本控制

第十二章 纺织企业财务分析

参考文献

第一章 纺织企业与管理

第一节 企业设立与企业系统

一、企业设立的基本条件

(一) 企业的概念

企业是从事生产、流通、服务等经济活动，以产品或劳务满足社会需要，以营利为目的，自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展的法人实体和市场竞争的主体。企业的概念主要包括以下几个方面的含义。

1. 企业是经济实体企业不同于政府部门、事业单位，它必须追求经济效益，获取赢利。赢利是企业创造附加价值的重要组成部分，也是社会对企业的生产的产品和服务能否满足社会需要的认可和报酬。

2. 企业必须自主经营和自负盈亏企业能够根据市场的需要，独立自主地使用和支配其所拥有的人力、物力和财力，并能够对其经济结果独立地享有相应的权益并承担相应的责任。

3. 企业必须承担社会责任企业要满足社会需要，不仅指满足消费者的需要，而且也应包括出资者、银行、职工、供货者、交易对象、政府、地区以及一切与之相关团体需要。同时，企业还应为社会提供就业机会，要防止环境污染，维护生态平衡，节约资源等。2005年，中国纺织工业协会组织纺织企业参与制定中国纺织企业社会责任管理体系——Csc9000T，规范纺织企业社会责任。目前在全国10多个纺织产业集群，100多家骨干企业已全面推广CSC9000T社会责任管理体系，从加强社会责任方面和行业自律方面自我规范。

4. 企业必须有法人资格企业是依法成立，具有民事权利能力和民事行为能力，独立享有民事权利并承担民事义务的组织。它的经济利益不能随意被侵犯，所拥有的资产不能随意被侵占。

(二) 企业设立的基本条件

在我国，企业必须具备了《民法通则》、《公司法》、《公司登记管理条例》及《中华人民共和国企业法人登记管理条例》等有关法律法规所规定的条件的方能申请登记，经过登记主管机关核查登记后才能取消法人资格，从事经营活动。企业一般应符合下列条件。

(1) 有符合规定的名称和章程。 第一章 纺织企业与管理 第一节 企业设立与企业系统 一、企业设立的基本条件 (一) 企业的概念 企业是从事生产、流通、服务等经济活动，以产品或劳务满足社会需要，以营利为目的，自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展的法人实体和市场竞争的主体。企业的概念主要包括以下几个方面的含义。 1. 企业是经济实体企业不同于政府部门、事业单位，它必须追求经济效益，获取赢利。赢利是企业创造附加价值的重要组成部分，也是社会对企业的生产的产品和服务能否满足社会需要的认可和报酬。 2. 企业必须自主经营和自负盈亏企业能够根据市场的需要，独立自主地使用和支配其所拥有的人力、物力和财力，并能够对其经济结果独立地享有相应的权益并承担相应的责任。 3. 企业必须承担社会责任企业要满足社会需要，不仅指满足消费者的需要，而且也应包括出资者、银行、职工、供货者、交易对象、政府、地区以及一切与之相关团体需要。同时，企业还应为社会提供就业机会，要防止环境污染，维护生态平衡，节约资源等。2005年，中国纺织工业协会组织纺织企业参与制定

中国纺织企业社会责任管理体系——Csc9000T，规范纺织企业社会责任。目前在全国10多个纺织产业集群，100多家骨干企业已全面推广CSC9000T社会责任管理体系，从加强社会责任方面和行业自律方面自我规范。

4．企业必须有法人资格 企业是依法成立，具有民事权利能力和民事行为能力，独立享有民事权利并承担民事义务的组织。它的经济利益不能随意被侵犯，所拥有的资产不能随意被侵占。

(二) 企业设立的基本条件

在我国，企业必须具备了《民法通则》、《公司法》、《公司登记管理条例》及《中华人民共和国企业法人登记管理条例》等有关法律法规所规定的条件的方能申请登记，经过登记主管机关核查登记后才能取消法人资格，从事经营活动。企业一般应符合下列条件。

(1) 有符合规定的名称和章程。

(2) 有企业经营管理所需的财产，并能够以其财产独立承担民事责任。

(3) 有与生产经营规模相适应的管理机构、财务核算机构、劳动组织以及法律或者章程规定必须建立的其他机构。

(4) 有必要的与经营范围相适应的经营场所和设施。

(5) 有与生产经营规模和业务相适应的从业人员，其中专职人员不得少于8人。

(6) 有健全的财会制度，能够实行独立核算、自主经营、自负盈亏、独立编制资金平衡表或资产负债表等财务报表。

[显示全部信息](#)

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)