# 最新企业管理软件 企业管理毕业论文(五篇)

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2024-08-08

*在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。相信许多人会觉得范文很难写？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。企业管理软件 企业管理毕业论文篇一通过向社会提供产品或...*

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。相信许多人会觉得范文很难写？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

**企业管理软件 企业管理毕业论文篇一**

通过向社会提供产品或服务，获取经济利益的独立经济实体。

企业的与特征

（1）企业是一种营利性的经济组织。（2）企业必须提供适合社会需要的商品与服务。

（3）企业必须自主经营、自负盈亏。（4）企业应依法经营。

2.企业管理的基础工作

a标准化工作

（1）技术标准（2）管理标准

b定额工作

（1）劳动定额（2）设备定额（3）物质定额（4）费用定额

c信息工作d计量工作e规章制度f职业培训工作

3.生产运作管理的内容

（1）生产运作战略选择

①自制或购买②低成本和大批量③多品种和小批量④高质量⑤混合策略

（2）研究开发与生产技术选择

（3）生产计划? 是生产运作管理的精华。指与产品有关的生产计划工作和负荷分配工作。

(4)生产运作控制。生产运作控制指围绕着完成计划任务所进行的检查、调整管理工作。

（5）先进生产与运作模式的研究与采用。

4.新型生产方式：

（1）计算机集成制造系统。（2）柔性制造系统。（3）准时生产。（4）精益生产。（5）敏捷制造。

5.项目管理的内容

（1）项目集成管理项目集成计划的编制、项目集成计划的实施和项目总体变更的管理与控制。

（2）项目范围管理项目起始及范围规划、项目范围的定义和确认、项目范围变更的控制与管理。

（3）项目时间管理项目活动的定义、项目活动的排序、项目活动的时间估算、项目工期与投产计划的编制、项目作业计划的管理与控制。

（4）项目成本管理项目资源规划、项目成本估算、成本预算、成本的管理与控制。

（5）项目质量管理项目质量规划、质量保障和质量控制。

（6）项目人力资源管理项目组织的规划、项目人员的获得与配备、项目团队的建设。

（7）项目沟通管理项目沟通的规划、项目信息的传送、项目作业信息的报告、项目管理决策。

（8）项目风险管理项目风险的识别、项目风险的定量分析、项目风险的对策设计、应对与控制。

（9）项目采购管理项目采购计划管理、采购工作的计划管理、采购询价管理、供应来源选择、招投标与合同管理、合同履行管理。

6.如何撰写项目可行性报告：

包括三个部分：

第一部分：提要。包括项目背景、可行性研究结论、主要技术经济指标、存在问题及建议。

第二部分：正文。包括申请单位情况、技术可行性分析、市场分析、项目实施方案、投资估算、资金筹措、财务经济效益分析、可行性研究报告编写说明和专家论证意见。

第三部分：附件。包括项目建议书、厂址选择报告、资源勘探报告、环境评估报告、市场调研报告。

7.资本运作的主要方式：

按照资本运作的扩张与收缩方式分为：

（1）扩张型资本运作：具体分为纵向型资本运作、横向型资本运作和混合型资本运作。

（2）收缩型资本运作：具体分为资产剥离、公司分立、分拆上市、股份回购等。

按照资本运作的内涵和外延方式分为：

（1）内涵式资本运作：包括实业投资、上市融资、企业内部业务重组。

（2）外延式资本运作：包括收购兼并、企业持股联盟以及企业对外的风险投资和金融投资。

从资本运作的内容和形式来看

实业资本运作金融资本运作产权资本运作。

9.物流管理的内容：

包括三个方面的内容：

即对物流活动诸要素的管理，包括运输、储存等环节的管理；

对物流系统诸要素的管理，即对其中人、财、物、设备、方法和信息等六大要素的管理；

对物流活动中具体职能的管理，主要包括物流计划、质量、技术、经济等职能的管理等。

**企业管理软件 企业管理毕业论文篇二**

企业管理，要学会种庄稼

最近在给某企业做绩效管理，做到指标体系设计的时候，我们的技术路线是首先研究企业的价值链，通过各个关键价值环节成功要素与风险因数的分析，形成每个关键价值环节的考核指标，形成完整的指标体系。

但形成指标体系后，这些指标毕竟还是静态的，企业外部环境在不断变化，那么选择哪些指标进行监控管理，同时根据这些指标的变化，相应做出管理判断与公司决策，以适应外部的种种环境变化，就成为该企业负责人关心的问题。

在这个阶段，我们尝试了很多新方法，其中我自己独创了一个理论，叫做种庄稼理论，说出来也跟大家分享一下。其实也很简单，一事通，百事通，企业管理虽然比农民种田复杂得多，但其核心原理是一样的，比如：种庄稼需要适当的天气、水、空气，还需要合适的土地、肥料、大棚和种植技术；企业需要外部的适当社会、经济、行业竞争环境，还需要自己有合适的组织结构、管理方法、企业文化。

作为农民，必须学会根据环境的变化决定自己的种植和养护方法，比如影响因素可能是天气（雨天、刮风、霜降、冰雹、干旱）、害虫（棉蚜虫、蝗虫）等等，天气变化的时候，农民会考虑一种调节方式，来尽量保证自己丰产丰收。

作为企业，也要分析自己外部，比如市场价格波动、原材料价格波动、市场需求上下变化、经济政策发生调控等等，也必须考虑一种调节方式，来保证企业经营目标的实现。作为农民，有自己的若干大棚，每个大棚有若干垄地。

作为企业，有自己的若干业务，每个业务有若干产品。

作为农民，必须学会科学浇水、施肥、上农药，大棚与大棚之间在资源配置上，每垄地之间种植什么作物上，都是有讲究的，既要考虑成本，要要考虑作物之间的互补。

作为企业，必须学会调节自己的资源分配方式，人财物资源在内部科学配置，每个业务之间如何配比，如何协同，每个产品之间如何配置产能，如何实现集成整合、品牌分布，也都要考虑内在的逻辑关系。

那么说穿了，跟农民学习的就是，如何找到哪些是我们最重要的外部影响因素，并根据这些外部影响因素的解剖分析，找到企业管理里面的关键按钮，这些关键按钮的背后就是价值环节的运转、资源的投入，进而促进指标的变化，层层推进，实现整体目标的增减，与外部环境变化构成一个闭环。如能科学分析企业外部环境与内部运作之间的内在关系，找到关键按钮，企业决策就有了源头，也有了准头。

说起来容易，做起来难，只有真正掌握了外部的关键影响因素、分析透了内部管理各环节，并落实到数据的最底端，生产运行的最小颗粒，企业管理真正做到精细化，才能更好的诠释这个过程，从偶然王国进入必然王国。

**企业管理软件 企业管理毕业论文篇三**

1.企业的概念和特征企业是从事生产、流通、服务等经济活动，以产品或服务满足社会需要，实行自主经营、独立核算、依法设立的一种盈利性的经济组织。特征：1）经济性2）盈利性3）独立性4）社会性

2.企业类型 根据资产构成和法律形式的不同，可将企业分成自然人企业和法人企业 区别：承担的责任不同

3.公司治理的结构1）股东大会2）董事会3）监事会4）经理层

4.企业国际化的方式 1）出口或进口2）非股权安排3）国外直接投资

1.5个管理职能 计划、组织、指挥、协调、控制

2.管理的二重性及 意义（？）管理的自然属性、社会属性

3.管理者应该具备的技能技术技能、人际技能、概念技能

概念技能对高层管理者最重要中层次之基层最不重要技术技能相反人际技能同样重要

4.决策的原则：满意原则

决策的类型：集体和个人程序化和非程序化

决策的误区：走出盲目信奉崇拜的“思维”误区

走出“有利证据”的判断误区

走出“框架”既有模式的经验误区

走出“布里丹选择”误区

走出“群体思维”的全体通过误区

先入为主的误区

不能自拔：沉溺于沉没成本

5.计划的内容：为什么要做；做什么；何时做；在何地做；由谁去做；怎样做；

计划的表现形式宗旨、目标、战略、政策、程序、规则、规划、预算

6.组织结构特性复杂性：组织分工的程度

正规化：组织依靠规则和程序引导员工行为的程度

集权化：决策制定权力的集中程度

职业化：指员工的正规教育和培训的程度

人员比率：指人员在各职能、各部门中的配置。

组织结构形式1）事业部制 特点：把企业的生产经营活动，按产品或地区加以划分，成立各个经营业部。每个事业部在财务上向总公司负责，内部实行独立核算、自负盈亏，每个事业部都是一个利润中心，并拥有相应的独立经营自主权。2）矩阵型 特点：由纵横两套系统组成，一套是纵向的职能管理系统，另一套是为完成某项任务而组成的横向项目系统。横向和纵向的职权具有平衡对等性。矩阵型结构打破了统一指挥的传统原则，它有多重指挥线。当组织面临较高的环境不确定性，组织目标需要同时反映技术和产品双重要求时，它是一种理想的组织形式。

7.领导权力来源于：1）职位权力（合法权、奖赏权、惩罚权）2）个人权利（专长权、个人魅力、背景权、感情权）

领导生命周期理论，如何根据下属的成熟度来确定领导方式（心理成熟度、任务成熟度）综合考虑人际关系因素（对人的关心）和生产任务因素（对生产的关心）分为四种领导方式。告知式领导（对生产高度关心对人低度关心）适于主动性差的下属；推销式领导（对生产和人高度关心）适于主动性中等的下属；参与式领导（对人高度关心对生产低度关心）适于主动性强的下属；授权式领导（对生产和人低度关心）适于主动性极强的下属。

8.激励马斯洛的需求层次：生理的需要、安全的需要、归属的需要、尊重的需要、自我实现的需要（需要等级依次提高）。

双因素理论（保健因素和激励因素）导致满意的因素为激励因素，同工作的内容有关（成就、认可、工作本身、责任、提升与成长）；导致不满意的因素为保健因素，同工作环境有关（主管、工作条件、人际关系、收入和保障、公司的政策和管理）。激励员工分为两个阶段，第一个阶段，必须保证保健因素是充足的实现“没有不满意”，第二阶段让员工有机会体验激励因素。

期望理论期望理论是美国学者弗鲁姆在1964年提出的，他认为，只有当人们预期到某一行为能给个人带来既定结果，并且这种结果对个人是非常重要的时候，才会被激励起来。去做某些事情。期望理论的基本描述：激励力(m)=期望值(e)×效价(v)

e 高 \* v 高 =m 高

e 中 \* v 中 =m 中

e 高 \* v 低 =m 低

e 低 \* v 高 =m 低

e 低 \* v 低 =m 低

9.控制是管理工作的最重要职能之一，它是保障企业计划与实际作业动态相适应的管理职能。控制的过程：确定标准、衡量绩效、纠正偏差

1.人力资源管理是指运用现代化的科学方法，对与一定物力相结合的人力进行合理的组

织、培训和调配，使人力、物力经常保持最佳比例，同时对人的思想、心理和行为进行恰当的诱导、控制和协调，充分发挥人的主观能动性，使人尽其才、事得其人、人事相宜，以实现组织的目标。

2.内部招聘的优缺点优点：了解全面，准确性高；可鼓舞士气，激励员工；可更快适

应工作；使组织培训投资得到回报；选择费用低。缺点：来源局限、水平有限；“近亲繁殖”；可能造成内部矛盾；

3.外部招聘的优缺点优点：来源广，余地大，利于召到一流人才；带来新思想、新方

法；可平息或缓和内部竞争者之间的矛盾；人才现成，节省培训投资； 缺点：进入角色慢；了解少；可能影响内部员工积极性；

4.绩效考核的360度考核方法：被考核者的上级、同事、下属、客户和被考核者自己对

自己进行考核，然后由专业人员对比被考核者的自我考核向被考核者提供反馈，以帮助其提高能力水平和业绩。

5.报酬系统的构成：报酬系统由硬报酬系统[由薪酬主系统（直接货币系统）和薪酬辅系

统（间接货币系统）组成]和软报酬系统

1.服务性运作与制造性差异在哪里？

产出的物理性质制造业：有形的、可触的、耐久的服务业：无形的、不可触的、寿命较短

与顾客的接触程度与顾客的接触往往导致效率的降低

对质量的评价不同 质量标准难以建立

纯服务性生产不能通过库存来调节

响应顾客需求周期很短

主要服务于有限区域范围内

设施规模较小

2.生产管理的任务的目标通过合理组织生产过程、有效利用生产资源，适时、适量、适价地生产出社会所需要的产品，即企业要围绕着顾客所需要的产品数量、质量、交货期、价格等目标，合理组织生产过程。

3.设施设备布置按固定位置布置；按工艺原则布置；按对象专业化布置；按成组生产

单元布置。

4.服务产品的构成要素

“显性服务”要素：服务的主体、固有特征，服务的基本内容

“隐性服务”要素：服务的从属、补充特征，服务的非定量因素

“物品”要素：服务对象要购买、使用、消费的物品和服务对象提供的物品

“环境”要素：提供服务的支持性设施和设备，存在于服务提供地点的物质形态的资源

5.并行工程的含义并行工程是对产品及其相关过程，包括制造过程和支持过程，进行并行、一体化设计的一种系统化方法。（该方法力图使产品开发者从一开始就考虑到产品全生命周期从概念形成到产品报废的所有因素，包括质量、成本、进度和用户需求。）

的主要输入与输出输入：主生产计划（或产品出产计划，mps）；物料清单（产品结构文件，bom）；库存状态文件。输出：主报告和辅助报告

7.5s管理整理、整顿、清扫、清洁、和素养。

8.绿色制造的含义 资源的利用在满足产品功能、质量和成本等要求的前提下，系统考虑产品开发及其活动对环境的影响，使产品在整个生命周期中对环境的负面影响最小，资源利用率最高。这种综合考虑了产品制造特性和环境特性的先进制造模式称为绿色制造。

9.网招计划（画图题）

1.对市场的理解

2.市场营销与推销的区别营销起点是市场强调顾客需要使用综合的方法通过满足顾客

需求获得长远利益推销起点是厂商强调校友产品使用推销促销的方法通过扩大销售数量来获得短期利益

3.工业品营销和日用消费品营销的区别市场结构不同；产品特征不同；采购决策不同；

定价特征不同；营销方式不同（网上找的）

4.行业行业一般是指其按生产同类产品或具有相同工艺过程或提供同类劳动服务划分的经济活动类别

5.市场细分的概念，作用，原则市场细分是企业根据自身条件和营销意图，以需求的某些特征或变量为依据，区分具有不同需求的顾客群体的过程。作用第一有利于巩固现有的市场阵地。第二，有利于企业发现新的市场机会，选择新的目标市场。第三，有利于企业的产品适销对路。第四，有利于企业制定适当的营销战略和策略。原则1)可衡量性(2)可赢利性(3)可实现性(4)可区分性

6.四种营销策略产品策略；价格策略；渠道策略；促销策略

7.产品整体概念产品整体概念包含核心产品、有形产品和附加产品三个层次。产品组合的宽度：公司拥有多少条不同的产品线。

产品组合的长度：产品组合中产品项目总数。

产品组合的深度：产品线中的每一产品项目中有多少产品品种。

产品组合的粘度：产品线在最终用途，生产条件与销售渠道或者其他方面相关联的程度。

8.价格的三种定价方法成本导向定价法； 需求导向定价法； 竞争导向定价法促销的方法电视广告 报纸广告 杂志报刊广告 电影广告 邮寄广告…..

**企业管理软件 企业管理毕业论文篇四**

企业管理结课作业

学院：艺术设计

专业：玩具设计

学号：10072205

姓名：师冰阳指导老师：孙振清

我国玩具企业国际竞争力构建浅谈 摘 要:中国是全球玩具第一大生产国。但70%以上的玩具企业还是来料加工和来样加工为主，自主开发和创新的能力不强，能够以自创品牌出口的还为数不多。如何加强玩具企业的创新能力提高核心竞争力是企业成长最有力的驱动力。重视企业核心竞争力的培育,对企业的发展有着重大的现实意义。在探讨企业核心竞争力含义及其必要性的基础上,分析我国玩具企业培育核心竞争力的制约因素,并针对问题提出解决措施。

关键词:玩具企业;核心竞争力;竞争优势

一、中国玩具行业国际发展趋势概述

中国是全球玩具第一大生产国。上世纪80年代，70%以上还是来料加工和来样加工，自主开发和创新的能力不强，能够以自创品牌出口的还为数不多，中国玩具出口可谓是“大起大落”。2024的8月，美国美泰公司召回3000多万件中国制造的铅涂料超标玩具，我国玩具业的问题刹那间成为舆论关注的焦点，技术壁垒环保和安全问题俨然已成为“中国制造”玩具出口的瓶颈，经历了这次的“召回事件”后，越来越多的玩具企业在历经磨难后开始重新思考自己的定位，从纯粹为跨国公司做加工，向重设计、重质量、创品牌的方向发展。

目前我国是世界最大的玩具出口国。随着2024年欧美对原产于我国的玩具一系列“召回事件”的发生，让国内的制造商更清楚的需要进一

步了解玩具产品的国际标准，判断自己生产的产品是否符合国际标准的要求，由于国际上通常采取技术法规与标准相脱离的做法，因此必须了解国际上为玩具产品制订了哪些标准，以便使根据这些标准生产的玩具产品能符合各种技术指令的要求。由于科技发展和人类生活水平的提高，国际上对玩具产品的要求也更趋严格，其标准也是不断发展的：

限制毒害物质标准

一是欧盟限制毒害物质标准。欧盟至今已发布了十几项专门针对毒害物质的技术规范，其中，rohs指令、欧盟标准（en71-3）均禁限铅、镉等重金属及有害化学成分使用。

二是其它限制毒害物质标准。与欧盟比较，美、日两国对玩具在本国市场的准入相对宽松，但绝不落后于欧盟。美国最新的2024年消费品安全法将玩具铅等涂料含量限制缩小了将近10倍，仅为0.009%。据悉，欧美日发达国家启动的指令已产生了连锁效应，其它国家和地区正纷纷效仿，有些还制定更为苛刻的标准。

2.2 其它安全标准

一是警告标识方面。除限制毒害物质成为各国玩具法规和标准制定的新趋势外，玩具警告标识及环境标志也成为保障玩具安全环保的强制性要求。目前欧、美、日等国和地区均规定当玩具对儿童存在潜在危害时，必须加贴窒息危险、年龄段等警告说明。

二是环境标志方面。欧、美、日等国和地区往往要求在玩具包装印上声明产品符合某项标准的标识，最为典型就是进入欧盟市场的“通行证”-ce标志。

由此可见，中国的玩具企业要想在世界市场打开局面取得更大的利益，企业不能再以传统的来料加工和来样加工为主导。要立足世界市场加强自身的企业核心竞争力刻不容缓。那么何为企业核心竞争力？

二、企业核心竞争力概述

核心竞争力首次提出是在20世纪90年代,1990年美国着名管理学者hamel和prahalad在《哈佛商业评论》上提出了核心竞争力的概念,他们认为,随着全球经济一体化的加强、市场竞争的加剧,企业的成功主要取决于企业核心竞争力的外在表现。按照他们给出的定义,核心竞争力是“能使公司为客户带来特殊利益的一种独有技能或技术”。企业的核心竞争力具体表现为两种能力:一是企业获取信息、知志、技术及相关资源并将其转化为企业核心技术、核心产品并获得竞争优势的能力;二是企业组织、调动各生产要素进行生产,使各环节、各系统处于协调统一、高效运转并适应环境变化的能力,其实质是让消费者得到真正优于竞争对手的不可替代的产品和服务。

企业核心竞争力具有以下基本特征:(1)价值性。价值性是企业核心竞争力最重要的特点。核心竞争力必须和公司未来战略相吻合,能为股东和顾客创造价值。(2)独特性。核心竞争力必须独特,区别于竞争对手。企业独有的资源,如品牌、专利、特有的企业文化等,这些都可以构成难以被他人模仿的核心竞争力。(3)动态性。企业的核心竞争力表现为一种动态的竞争优势,是在长期的经营活动中积累而成的,总与一定时期的产业动态、管理模式以及企业资源等要素息息相关。

通过上述描述，我们知道中国的玩具企业之所以不能在世界市场站稳脚跟，正是因为在企业核心竞争力的基本特征中缺失了独特性这一重要环节。一味的模仿和抄袭似的中国的玩具永远只是停留在中国制造而非中国创造之上。难道这一局面将永远无法打破吗？而打破这一局面我们就须了解制约中国玩具企业核心竞争力的原因。

三、我国玩具核心竞争力培养的制约因素

(一)企业技术创新能力不足

我国玩具企业技术基础不坚固,技术开发资金投入不足,创新意志和能力较差。多数行业、企业的关键和核心技术基本依赖从国外引进,自主技术开发和创新能力弱。

(二)企业管理水平低下,人力资源匾乏

我国的玩具企业大部分是金字塔式的管理层次,管理效率低下。管理制度不健全,实施力度不够。同时,一些企业领导人缺乏核心竞争力意志,没有把建设核心竞争力当作一项基本任务长抓不懈,导致企业竞争力不强,难于应对激烈竞争;或是对核心竞争力的认志产生错位,导致企业核心竞争力建设不够。

(三)忽视企业文化建设,缺乏独特的企业文化

企业文化是整个企业的价值体系,是企业核心竞争力的骨架。然而多数企业领导人不了解企业文化及其作用,不重视企业文化建设,没有形成独特的企业文化,使得企业核心竞争力的构建缺乏强有力的文化支撑。

这样看来我国的玩具企业要想有长远的发展和质的飞跃，就必须从以

上三点进行改善。作为一个玩具设计专业的学生，我深刻的体会到我国的玩具企业在对待利益时的急功近利，很多玩具企业宁可花大价钱购买国外的成品和专利进行仿制以获得当前利益，也不愿意将资金投入产品研发中以谋求长远的发展。在这一点上，我觉得国内的海尔集团就做的比较好，也正是因为这样，海尔才能常立于世界企业500强而不倒。那么既然已经了解制约因素如何改善就是不容缓了。

四、构建玩具企业核心竞争力的有效途径

(一)培育企业的核心技术能力和创新能力

核心技术是核心竞争力的核心,企业要在激烈的市场竞争中有立足之地,必须有自己的核心技术。核心技术应该是独特的,企业在打造核心竞争力的过程中,要清楚地了解自己的核心技术是什么,还要选择适合本企业核心技术开发应用的模式,如加大科技开发资金的投入,积极引进科技人才和专利技术等。培养技术创新能力是打造企业核心竞争力的关键。

(二)加强人才队伍建设,培育高素质的人才

在市场经济条件下,企业要在激烈的市场竞争中占有一席之地,必须培育一支高素质的人才队伍。首先要注重企业家素质的培养,企业家作为一种稀缺的社会资源,直接参与企业的高层决策和管理,制定企业战略,领导企业的未来发展。同时要加强专业技术人才队伍建设,培养创新型技术人才,同时要创造良好的环境,使创新人才脱颖而出,充分发挥作用。

(三)培育先进的企业文化,提升企业核心竞争力

企业文化是企业的一种内在精神,企业要想提升自身的核心竞争力,就必须培育创新型的企业文化,培育企业精神,采取切实有效的方法把企业理念灌输到全体员工中去,取得全体员工的认同,这样就可以把企业文化与企业管理真正地融合起来,创造更好的产品和服务来满足社会的需求,从而实现企业的社会责任和企业的自身价值。当然在要求企业对创新意识不断提高的同时作为玩具设计专业的同学，我们也需要更有从业责任感，提升自身设计水平，只有这样双方共同努力，中国的玩具设计和发展才能更有希望。

参考文献:

[1] prahaldck, core competence of

review,1990,68(3):79-91

.[2]《玩具》2024、10

[3]黄浩、梁宁、浅析我国企业核心竞争力的构建

corporation[j].harvard business

**企业管理软件 企业管理毕业论文篇五**

中文数据库的检索课题

•⒈p96 第4题

•⒉ 利用万方企业库查你感兴趣的产品企业信息（企业的名称、地址、电话、传真、网址、e-mail信箱和主要产品）。

•⒊利用三种不同文献类型(期刊、会议、学位)数据库各查一条与下列检索课题相关的完整线索。

1.虚拟企业的管理模式探讨2.基于电子商务第三方物流3.入世对我国中小企业的影响4.电子商务环境下的物流配送5.企业市场营销策略的思考6.电子商务环境下的税收研究7.现代企业的财务管理研究8.商业银行的风险控制9.知识经济时代的企业管理模式 10.我国企业应用11.内部控制与审计问题的研究12.对企业成本管理的探讨13.如何提高物流企业的竞争力14.中外会计准则比较研究15.民营企业可持续发展研究16.企业统计改革问题研究17.我国税法与纳税的问题研究18.论我国家族企业的管理模式19.企业并购中财务问题的研究20.我国企业的会计制度改革21.上市公司会计信息失真现象研究 22.电子商务对现代物流的影响

crm前景

23.西部大开发中的产业结构调整 24.加入wto后，我国税制改革探讨 25.我国企业实施讨 26.国有商业银行股份制改造初探 27.对我国国有股减持方案的研究 28.加入wto国有商业银行的对策研究 29.证券投资风险的探讨30.电子商务的知识产权问题31.中小企业如何实现电子商务32.零售业如何发展电子商务探讨 33.房地产风险分析34.跨国公司的营销策略35.财务预算管理与企业管理研究 36.信息化建设与企业管理的问题探讨

erp问题的探

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找