# 最新现代企业管理第一章总结(5篇)

来源：网络 作者：夜幕降临 更新时间：2024-07-03

*工作学习中一定要善始善终，只有总结才标志工作阶段性完成或者彻底的终止。通过总结对工作学习进行回顾和分析，从中找出经验和教训，引出规律性认识，以指导今后工作和实践活动。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能...*

工作学习中一定要善始善终，只有总结才标志工作阶段性完成或者彻底的终止。通过总结对工作学习进行回顾和分析，从中找出经验和教训，引出规律性认识，以指导今后工作和实践活动。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢!

**现代企业管理第一章总结篇一**

企业组织结构：

直线型组织结构（一个头），直线—职能型组织结构，事业部组织结构，矩阵型组织结构，多维立体组织结构，网络组织结构

管理特征：

目的性，组织性，人本性，创新性，艺术性，综合性，不确定性，系统性

管理二重性：

自然属性（指挥劳动）社会属性（监督劳动）

管理思想：

泰勒-美：科学管理原理（中心问题是提高劳动生产率，是一场思想革命，要科学的挑选工人使工人进步，人与管理保持合作，吧管理职能和实际操作分开，差别计件付酬）

梅奥：人际关系理论（工人是社会人而非经济人除了经济还要关注心里，企业存在非正式组织，工人生产效率取决于态度和周围人关系）

企业战略特点：

全局性，长远性，抗争性，纲领性，协同性

企业战略层次：

公司战略，竞争战略（业务部门战略），职能战略

竞争五要素分析：

潜在加入者，替代品的生产者，讨价还价的供应者，讨价还价的购买者，行业内现有竞争者

战略管理过程：

公司战略，竞争战略，职能战略

公司战略：

稳定发展战略，增长战略，紧缩战略，国际化战略

战略分析过程：

1.企业外部环境分析

2.企业内部战略要素分析

3.战略选择

4.战略的评估

5.企业战略的实施与控制

生产系统的构成要素 硬件要素：

生产技术（生产流程，设备工具，技术）生产设施（设施布置，布局，联系）生产规模（生产能力大小，性质）

生产一体化程度（方向，程度，平衡性）

软件要素：

生产技术（计划决策规划，方法，手段）生产环境（政治，经济。社会，市场变化）生产质量（质量检验，控制，保证体系）生产人员（工作态度，素质要求，激励机制）

生产类型划分：

按工艺特性划分，生产特点划分，产品专业化程度划分

企业生产单位组成：

基本生产部门，辅助生产部门，生产服务部门

质量含义：

性能，寿命，可靠性，安全性，经济型

全面质量管理概念及特点

三全管理思想：全面质量管理，全过程质量管理，全员参与质量管理

四个一切观点： 一切为用户服务，一切以预防为主，一切用数据说话，一切按pdac循环办事 pdca循环：

plan（计划）do（执行）check（检查）action（处理）

朱兰三部曲： 质量计划

质量控制（三部曲重要环节）质量改进

质量体系认证：

第三方认证体系（is09000标准）

人力资源的特征： 人力资源能动性，人力资源的再生性，人力资源二重性（即需要投入资源也可以创造资源），人力资源时效性（工作时间），人力资源的社会性（社会属性）

人力资源的构成：

人力资源数量，人力资源质量 人力资源管理的职责：

人力资源获取，整合，奖筹，调控，开发

绩效考评概念：

通过系统的方法，原理来评定和测量员工在职务上的工作行为，工作成果，以及对企业的贡献或价值 薪酬制度：

直接经济薪酬，间接经济薪酬（福利），非经济薪酬（工作本身，环境等心理效应）

企业财务管理：

资金筹集管理（企业资金包括权益资金和负债资金）

投资管理（固定资产投资，证券投资，对其他企业直接投）利润及其分配管理（企业营业收入管理，利润分配管理）成本费用管理（生产经营中的资金耗费）

基本财务报表：

资产负债表（资产=负债+所有者权益）损益表（净利润=利润总额-所得税）

现金流量表（全部现金净流量=全部现金流入-全部现金流出）

企业支付能力

p172 流动比率：流动比率=流动资产/流动负债 速动比率=（流动资产-存货/流动负债）

资产负债率=负债总额/资产总额

利息保障倍数=税前利润+利息费用/利息费用

物资储备定额的构成：

经常储备定额，保险储备定额，季节性储备定额

经济订购批量发来确定经常储备定额，更侧重从企业本身费用角度考虑物资储备。在保管费用上升和订购费用下降之间取中值

企业资源计划erp的基本思想是将企业制造流程看成一条连接供应商，制造商，分销商和顾客的供应链，强调对供应链整体管理

设备经济评价：

年经济法：将总投资乘系数化为年投资

系数=p201公式

现值法：将每年设备维持费用乘系数化为总费用

系数=p201公式

设备磨损：

有形磨损：使用磨损，自然磨损

无形磨损：第一类（由于生产力提高或者需要劳动力减少，引起设备价值下降）第二类（新技术发明应用）

设备寿命：自然寿命，技术寿命（技术换代），经济寿命（设备维持费决定）

市场营销：就是在不断变化的市场环境中，旨在满足消费需要，实现企业目标的商务活动过程。

市场营销创新：关系营销，绿色营销，网络营销，服务营销，整合营销

消费者需求特征：多样性，层次性，发展性，时代性，伸缩性，可诱导性，连带性，替代性

市场细分表准：地理变量，人口变量，心里变量，行为变量 市场营销组合策略：

产品策略：核心产品，形式产品（核心产品实现的形式或质量外观），附加产品 品牌策略：品牌内涵，品牌定位，多品牌单品牌，销售生产品牌

价格策略：撇脂价格（高收益回收成本）渗透价格（低收益占领市场）适中价格，心里定位价格整数，9.99，声望

分销渠道：经销商，代理商，经纪商

促销作用：

提供信息情报，引起购买欲望，突出产品特点形象，占领市场份额

服务质量：是指服务能够满足规定和潜在需求的特征和特征总和

技术经济分析是经济学一个分支，一门技术学于经济学交叉的学科

经济效果是指人们生产活动中技术项目新成果于新消耗劳动量比较

追加投资回收期：(p295)所谓追加投资回收期是指在产出（收入）相同的前提下，用投资大的方案所节约的年运营成本回收超额投资所需要的时间。其数学表达式如下： n’=(k1-k2)/（c2-c1）

式中：k1、k2——方案

1、方案2的投资额；

c1、c2——方案

1、方案2的年运营成本；

n’——追加投资回收期。

该指标的适用条件是：如果k1>k2，c2>c1，当n’

nb时，投资小的方案优，选择方案2.例：某企业获得10万元贷款，偿还期5年、年利率为10%，试就下面四种还款方式，分别计算5年还款总额及还款额的现值。（1）每年末还2万元本金和所欠利息；（2）每年末只还所欠利息，本金在第5年末一次还清；（3）每年末等额偿还本金和利息；（4）第5年末一次还清本息和利息。

解：（1）第一年 2+10×10%=3 第二年 2+8×10%=2.8 第三年 2+6×10%=2.6 第四年 2+4×10%=2.4 第五年 2+2×10%=2.2 5年总还款额=13 现值=3×（p/f,10%,1）+2.8×(p/f,10%,2)+2.6×(p/f,10%,3)+2.4×(p/f,10%,4)+2.2×(p/f,10%,5)=10(2)第一至第四年每年 10×10%=1

第五年 10+10×10%=11 5年总还款额=15 现值=1×(p/a,10%,5)+10×(p/f,10%,5)=10(3)第一至第五年每年 10×(a/p,10%,5)=2.638 5年总还款额=2.638×5=13.19 现值=10（2.638×（p/a,10%,5））

（4）第一至第四年 0 第五年 10×（f/p,10%,5）=16.105 5年总还款额=16.105

现值=10(16.105×(p/f,10%,5))

计算：

3.追加投资回收期计算（多种方案比较）4.盈亏平衡计算

4.设备选择的年经费法和现值法的计算

**现代企业管理第一章总结篇二**

第一章

企业管理的基础知识

【1】企业的概念：从事生产、流通、服务等经济活动，以产品或劳务满足社会需求并获得盈利，自主经营，自负盈亏，依法成立的经济实体，是社会经济活动的基本单位。

【2】特征：盈利性（获得盈利是企业生存与发展的目的），自主性（它是独立从事商品生产和服务的经济组织），依法成立（有一定法律形式）

【3】作用：在生产、交换、分配等社会再生产环节发挥作用。【4】构成要素：目标，信息，人，财物。

【5】企业的社会责任：企业对社会和国家应负的责任。企业要承担的社会责任：1，对所有者：对所有者承担的几本责任是保护所有者的投资并使其增值，通常表现为利润和发展。2，对顾客：提供顾客满意的产品或劳务3，对债权人：对其承担按时还债的责任。4，对职工：优厚的工资待遇，良好的工作条件，职业保证，工作机会。5，对政府：企业在生产经营过程中，要遵守国家法律，接受政府知道和管理等方面承担社会责任。如：遵纪守法，按时足额纳税，经常采取措施促进社会政治稳定、经济繁荣，积极参加政府号召的活动。6，对社会：提供就业，保护环境，精神文明，公益捐助等。

【6】企业的法律形式：个人业主制，合伙制，公司制（目前最主要的形式）。

【7】目前公司形式主要是有限责任公司（2人以上50人以下投资人，股东认缴的全部出资额对公司承担有限责任，公司以其全部资产对其债务承担责任）和股份有限公司。

【8】现代企业制度（是以完善的企业法人制度为基础，以有限责任制度为保证，以公司制为企业的主要形式，产权明晰、权责明确、政企分开、管理科学的新型企业制度）特征：产权明晰，权责明确，政企分开，管理科学。

【9】企业组织机构基本形式：直线制，职能制，直线职能制，事业部制，矩阵组织结构，企业集团（股份制）的组织形式和模拟分散管理等。

【10】事业部制的优点：有利于公司领导集中精力做好重大决策和战略规划；有利于事业部之间的竞争，发挥主动性和积极性；有利于适应市场变化，提高公司整体竞争力；有利于培养高层次、全面型的管理人才。缺点：职能机构重复设置，造成机构臃肿，人员较多；各个事业部容易产生本位主义，总公司对各个事业部的协调较为困难。

【11】对管理的认识：1.法约尔管理是所有的人类组织（不论是家庭、企业、政府）都有的一种活动。这种活动由五项要素组成：计划、组织、指挥、协调、控制。2.斯蒂芬.p.罗宾斯管理是同别人一起工作，或者通过别人使活动完成的更为有效的过程。3.西蒙管理就是决策。4.穆尼管理就是领导，管理的有效性取决于领导的有效性。

【12】管理的定义：管理就是通过计划、组织、领导和控制，协调以人为中心的组织资源与职能活动，以有效实现目标的社会活动。

【13】管理定义的外延：1.管理的目的：为了有效的实现既定目标。2.实现目标的手段：计划、组织、领导和控制。3.管理的本质：协调（coordinatater)。

4.管理的对象：以人为中心的组织资源与职能活动。

【14】企业的发展历史：资本主义企业管理的发展过程：传统经验管理，科学管理和现代管理。

【15】科学管理阶段：科学管理之父：泰勒

（一）泰罗的主要观点：（1）工作方法的标准化（2）工时的科学利用（3）实行有差别的计件工资制（4）按标准操作方法对人工进行培训，以代替用师傅带徒弟的办法培训工人（5）管理职能和作业职能的分离（6）实行“例外原则”2.对泰罗制的认识（1）管理的根本目的——提高工作效率（2）提高效率的手段——运用科学的方法（3）科学管理的实质——劳资双方的一次完全的思想革命。(二)法约尔的一般管理思想，法约尔被誉为“管理过程之父”，法约尔的主要观点（1）企业有六大经营职能。（2）管理的五大基本职能。（3）管理的14条原则。

（三）韦伯的古典组织理论 韦伯被誉为“组织理论之父”。韦伯的主要观点（1）对权力的认识（2）韦伯提出了理想的行政组织体系，科学管理的局限：涉及的范围狭窄，忽视某些社会因素的作用，把工人看成机器，把人看作“经济人”。【16】现代管理阶段主要特点：1.突出经营决策，面对市场用户，力求提高盈利水平，提出“管理的重心在经营，经营的重心在决策”的观点2.把开发新产品，提高技术水平作为企业发展的核心问题3.调节人际关系，实行以人为中心的管理，推行民主化，以“尊重人”为口号4.运用运筹学，电子计算机等现代科技成果5.实行系统管理，把企业管理作为一个开放系统。

第二章: 企业战略管理

【1】战略管理的概念（定义）：企业确定其使命，根据企业内外部环境分析设定战略目标，为保证目标的正确落实和实现进行谋划，并依靠企业的资源与能力把这种谋划付诸实施，对实施过程进行合理和有效控制的动态管理过程。特点：全局性，长远性，竞争性，相对稳定性，风险性，社会性，配置性。

【2】公司战略：描述公司总方向，它主要回答这样两个问题：一是我们应当从事哪些业务和业务组合？二是如何在各个业务部门之间分配资源以保证企业整体战略意图的实现？包括方向战略、组合分析。

【3】公司层战略：主要解决的问题是经营范围和公司资源在不同经营单位之间的分配事项。公司层有如下战略方向可以选择：保持稳定，追求发展，收缩经营范围。公司层战略是战略体系的主体和基础，起着统领全局的作用。

【4】公司层战略可以划分为三个基本公司战略1.稳定型战略2.发展型战略（分为多元化战略，纵向一体化战略，这些战略可以通过投资于新产品开发在内部实现，也可以通过合并、并购、战略联盟等手段在外部实现。）3.收缩型战略（包括投资转向战略，调整战略，放弃战略，清算战略）

【5】“一体化”一词是指将独立的若干部分加在一起或者结合在一起成为一个整体。一体化的基本形式有两种： 横向一体化，又称作水平一体化，是指与同行业竞争企业之间进行的联合，目的是扩大生产规模、降低产品成本、提高市场占有率、强化竞争优势、增强控制市场的能力纵向一体化，又称作垂直一体化，是生产企业与原材料供应企业，或者生产企业与产品销售商联结在一起的组织形式。我们重点介绍纵向一体化战略。

【6】纵向一体化战略的优点：1.对于生产原材料的企业，纵向一体化有助于其了解市场需求，提高产品的市场竞争力。2.纵向一体化可以降低成本。3.纵向一体化可以加强生产过程的控制。纵向一体化战略的缺点：1.不如专业化生产效率高；2.机动性差；3.需要较多的经营资金 ；4.纵向一体化导致管理复杂化。【7】收缩战略：当公司在部分或所有产品线上的竞争地位处于劣势，导致业绩低下，销售额下降，由盈利转为亏损时，可用收缩战略。收缩是努力快速“止血”，一般是全面削减规模和成本。主要的战略有：

抽资转向战略 调整战略 放弃战略 清算战略

【8】组合战略指在同一战略时期内同时运用几种相关战略，以实现企业整体的战略目标。，有顺序组合和同时组合两种方式【9】经营层战略（迈克尔波特构架了经营单位战略的理论框架，提出三大基本竞争战略即成本领先战略，差异化战略又称别具一格战略和集中化战略）

【10】特点：它以抽象概念为基础，与事业战略和职能战略相比不甚具体，此外，公司战略有很大的风险性，成本高，预期收益也大，需要时间长，要求有较大的灵活性和大量外部资源的输入。【11】成本领先战略风险：生产技术的变化或新技术的出现。新加入者通过模仿、总结前人经验或购买更先进的生产设备，从而获得更低的成本。专注于降低产品成本而忽视外部需求的变化。受通货膨胀的影响，生产投入成本升高，降低了产品成本和价格优势，从而难以与奉行其它竞争战略的企业相竞争。为降低成本而采用的大规模生产技术和设备过于专一化，同时适应性差。【12】差异化的风险:实行差异化战略的企业，其生产成本可能很高。购买者变得更加精明，他们降低了对产品或服务差异化的要求。随着企业所处行业的发展进入成熟期，差异产品的优点很可能为竞争对手所模仿，从而削弱产品的优势。集中战略不立足于达到全行业范围内的目标，而是围绕一个特定的目标（行业内一个或一组细分市场）开展经营和服务。其着眼点或逻辑依据是：企业能比竞争对手更有效地为其狭隘的顾客群服务。集中化战略两种形式：特定目标市场上的低成本战略和特定目标市场上的差异化战略。

【13】集中化的优点:企业采取集中化战略便于企业集中力量，生产适销对路的产品或服务，更好地服务于选定的目标市场。【14】经营战略：经营战略通常发生在事业部或产品层次。它主要回答这样的问题：企业的经营领域已经确定的前提下，我们在每一项业务领域里应当如何与竞争对手进行有效竞争，获得竞争优势？特点：与公司战略决策相比，事业部战略具有较小风险性、较少的代价和不太高的预期收益；但与职能战略相比，其风险性、成本及预期收益都要超过职能战略决策。职能层战略：职能层战略则是在经营层战略指导下，按专门职能将经营层战略确定的战略目标和方针进行落实和具体化。它要回答的问题是：我们如何从各个职能角度来支撑经营层战略。

【15】特点：它所涉及的决策问题的时间限度比较短、决策风险小，所需代价（成本）不高，所涉及的活动在企业范围内不需要很大的协调性

第三章

企业计划与决策

【1】决策的原则：满意原则。而非最优！

【2】决策的步骤：识别机会或诊断问题，识别目标（目标体现的是组织想要获得的结果；目标分为长期目标，中期目标，短期目标），拟定备选方案，评估备选方案（是确定所拟定的各种方案的价值或恰当性，即确定最优的方案），作出决定，选择实施战略，监督和评估。

【3】决策：管理者识别并解决问题以及利用机会的过程。【4】决策定义的理解：1，主题是管理者2，本质是过程3，目的是解决问题或利用机会

【5】决策的依据：适量的信息。而非过量！

【6】按决策影响的时间分：长期决策（关于组织长期发展方向、全局性的决策），短期决策（为实现长期目标而进行的短期战术决策）

【7】按决策重要程度分：战略决策（解决组织目标、方向等重大、全局性问题），管理决策（贯彻战略决策而采取的战术性决策），业务决策（为日常工作提高效率而作出）。【8】按决策的起点分：初始决策，追踪决策。【9】按决策的主体分：集体决策，个人决策

【10】按决策的重复程度分：程序性决策（解决例行问题。有经验、程序可循），非程序性决策（解决例外问题而进行的决策）【11】按决策所处的条件或环境的可控程度分：确定型决策（条件可控，各方案结果确定），非确定型决策（状态未知，各状态的概率亦未知），风险型决策（状态可知，各状态的出现概率可知）

【12】经营决策方法：定性决策法，定量决策法

【13】定性决策法主要有如下几种方法：德尔菲法，头脑风暴法，电子会议法，哥顿法，淘汰法，环比法（0－l评分法）【14】定量决策法：确定性决策（线性规划法，盈亏分析法），非确定性决策方法（乐观法，悲观法，后悔值法，乐观系数法），风险型决策（单级决策，多级决策）

第四章 企业营销管理

【1】市场营销的定义：个人和集体通过创造提供并出售，同他人自由交换产品与价值，以获得所需的一种社会管理过程 【2】市场营销相关核心概念：1.需要、欲望和需求，2.产品，3.价值、成本、满意，4.交换与交易5.关系与网络6.市场7.营销者与预期顾客

【3】营销管理的实质是需求管理（1、负需求

2、无需求

3、潜在需求

4、下降需求

5、不规则需求

6、充分需求

7、超饱和需求

8、不健康需求）

【4】市场营销的五种竞争观念：1生产观念（表现：我们生求产什么，就卖什么。原因：生产力落后, 物资短缺，产品供不应特点：企业注意力放在产品上企业不关心消费者的需要以生产部门为主体进行管理）

2产品观念（表现：我们生产什么，就卖什么。特点:生产部门对产品的决策发挥着最大的影响）3推销观念（表现：我们卖什么，人们就买什么。原因：科学技术的进步；市场逐渐呈现生产过剩和供过于求的局面特点：以生产为中心,以产定销；开始关心消费者，但主要停留在如何吸引其购买，而未真正关心消费者的需求；企业的销售部门还处于从属地位）4市场营销观念（表现：顾客需要什么，我们就生产什么。顾客就是上帝。原因：买方市场已经逐步形成并稳定，消费者消费欲望增强.）5社会市场营销观念（特点：把企业的发展同社会的利益、消费者的利益相结合，进行可持续性发展。）市场营销环境定义：存在于企业外部并对企业营销活动产生影响的各种力量的总和，包括宏观环境和微观环境微观环境是指由企业本身市场营销活动所引起的与企业紧密相关、直接影响其市场营销能力的各种行为者。包括企业本身、公司供应商、营销中间商、竞争者和公众等。宏观环境是指影响微观环境的不可控制力量的各种因素和力量。包括人口统计环境、技术环境、经济环境、自然环境、政治环境及文化环境等

【5】主要宏观环境因素：1.人口统计环境2.经济环境分析3.自然环境4.技术环境5.政治与法律环境6.社会与文化环境 【6】微观环境五种竞争力量模型：1.同行业竞争者2.潜在的新参加竞争者3.替代产品4.顾客5.供应商影响消费者购买行为的主要因素：1文化因素（文化，亚文化，社会阶层）2社会因素（参考群体，家庭，角色与地位）3个人因素（年龄和生命，周期阶段，职业，经济状况，生活方式，个性和自我）4心理因素（动机，知觉，归因（是一个人对某一行为做出的临时判断），学习，信念和态度）

【7】购买角色:参与购买决策过程的角色。主要有：首倡者、影响者、决策者、购买者、使用者。消费者购买决策过程的主要步骤：1认识需要2收集信息3可供选择方案评估4购买决策5购后行为

【8】目标营销三步骤：1市场细分2目标市场选定3市场地位市场细分与常用变量：1地理变量2人文统计变量（年龄、性别、收入、职业、教育）3心理变量（个性、生活方式）4行为变量（购买时机）

【9】有效细分市场的要素 ：1可衡量性 2足量性3可接近性4差异性 5可行动性

【10】目标市场的选定：1评估细分市场（1细分市场的机构吸引力2企业的目标与资源）2选择细分市场（1单一市场集中化2选择性专业化3产品专业化4市场专业化5完全进入）【11】市场营销组合：价格，促销，渠道，产品

【12】市场营销策略的起始点在于满足顾客的需求与要求产品的五个层次：1核心利益（顾客购买的基本服务与利益）2基础产品3期望产品4附加产品5潜在产品（在图中由里向外排列）【13】产品组合决策：1产品线2产品项目3产品组合（产品组合四个尺度：1产品组合宽度2产品组合的长度3产品组合深度4产品组合的相关性）

【14】品牌的定义和含义：品牌是一种名称、术语、标记、符号或设计，或是它们的组合使用，其目的是借以辨识某个销售者或某群销售者的产品或服务，并使之同竞争对手的产品和服务区别开来

【15】品牌的六个层次：属性，利益，价值，文化，个性，使用者

【16】价格的制定过程：1选择定价目标2测定需求3估算成本4分析竞争对手的价格成本与提供物5选择定价方法6选择最终价格

【17】价格调整：1 地理定价2价格折扣及折让3差别定价 4心理定价战略5新产品定价战略6产品组合定价战略

【18】企业价格的变动：1降价的注意点（①低质量陷阱②脆弱的市场份额陷阱③钱袋陷阱）2提价的方法（①采用产品与服务分列价目 ②减少折扣）

【19】促销组合：1广告2销售促进3公共关系4人员推销5直接营销

【20】各种促销工具评价：1广告（1公开展示2普遍性3夸张表现力4非人格化）2销售促进3公共关系与宣传（1高度可信性2消除防卫3戏剧性）4人员推销5直接营销影响促销组合的因素：1产品市场类型2推拉战略3购买者的准备阶段4产品生命周期5公司的市场排列

第五章

企业生产管理

【1】生产管理的任务：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。

【2】生产管理的内容：（1）生产战略决策：生产系统的结构决策，生产技术的选择（2）生产系统的设计管理：生产系统的定位，生产系统的具体设计（3）运行管理：生产计划、组织与控制（4）维护与创新管理：设备管理、生产运行机制的变化和先进生产模式的应用合理组织成产过程应满足连续性，平行性，比

例性，均衡性，柔性等要求。

第六章

企业物流管理

【1】企业物流管理物流概念：物品从供给地向接收地的实体流动过程。根据实际需要，将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合

【2】物流的分类：按照使用价值分为：宏观物流和微观物流。按照物流活动的空间范围分为地区物流，国内物流，国际物流。按照物流系统性质分为社会物流，行业物流，企业物流。按功能和作用分类：1.供应物流2.销售物流3.生产物流4.回收物流5.废弃物物流.物流系统的

【3】五大目标：服务目标.快速及时目标.节约目标.规模化目标.库存调节目标。

【4】第三方物流概念：指由供方和需方以外的物流企业提供物流的服务的业务模式 第三方物流的特点：1.信息网络化2.关系合同化3.功能专业化4.服务个性化 现代物流管理的特征1.以顾客满意为第一目标2.注重整个流通渠道3.企业整体最优为目的4.信息为中心

**现代企业管理第一章总结篇三**

一、填空

1、企业系统的基本资源要素主要包括：人力资源、物力资源、财力和信息。

2、管理既是一门科学，又是一门艺术。是科学与艺术的有机结合体。

3、有限责任公司是指由2个以上50个以下股东共同出资设立，每个股东以其出资额 为限

对公司承担责任，公司以其全部资产对其债务承担责任的企业法人。

4、控制的类型分为前馈控制、同期控制和反馈控制。

5、战略的四个构成要素：经营范围、资源配置、竞争优势和协同作用。

6、要判别一种能力是否是核心竞争力，只需要看期是否满足四个标准,即它是有价值的、稀

有的、难以模仿的及不可替代的。

7、经营战略也称为一般竞争战略，共分为三种，即成本领先战略、差异化战略和集中化战

略。

8、市场营销观念先后有生产观念、产品观念、推销观念、市场营销观念和社会营销观念。

9、产品的生命周期分为：导入阶段、成长阶段、成熟阶段和衰退阶段。

10、生产过程的特性主要有：生产技术特性、生产过程特性和产品、工艺的标准化程度。11、12、企业的产品组合具有一定的宽度、长度、深度和关联性。长期筹资方式主要有：投入资本筹资、股票筹资、债券筹资、长期借款和融资租赁。

二、多选

1、p3 企业应具备的条件：（1）企业要有一定的组织机构，有自己的名称、办公和经营场

所、组织章程等要素。（2）企业应自主经营，独立核算，自负盈亏，具有法人资格。（3）企业是一个经济组织。它包括物质资料的生产、流通、交换和分配等领域。

2、p7 管理的二重性是指自然属性和社会属性。

3、p19 按照企业内部生产力各要素所占比重，企业划分为：劳动密集型企业、资金密集型

企业和技术密集型企业。

4、p163 一般来说，企业的战略可分为三个层次：公司战略、经营（竞争）战略和职能战

略。

5、p165 企业的宏观环境分析采用pest分析法，即政治与法律因素、经济因素、社会与

自然因素以及技术因素。

6、p167 企业的行业环境分析主要包括：新进入者的威胁、供应商的讨价还价能力、买方

讨价还价能力、替代品的威胁和现有竞争者之间的竞争程度。

7、p201企业目标市场选择的五种模式：单一市场集中化、选择性专业化、产品专业化、市

场专业化和全面进入。

8、p273现代企业生产计划与控制的方法：（1）生产流程表，规定各种产品或业务的工作程

序，由原材料投入起至产成品出产为止，对企业内部生产过程的详细情形加以确定。（2）生产时间表，记录各种工作的必需时间，制成成品所需的时间。（3）生产指令，根据生产时间表，向各部门及各机器分配工作的命令。

9、p308pdca循环是全面质量保证体系的基本运转方式和科学的工作程序。（1）计划阶

段p，确定企业的质量目标、活动计划、管理项目和措施方案的阶段。（2）实施阶段do，根据预计目标和措施计划，组织计划的执行和实现。（3）检查阶段check，检查计划执行情况，将结果与目标衡量，找出不足。（4）处理阶段action，针对执行结果，进行总结和分析、处理问题.10、p365 企业财务管理的整体目标有：（1）以总产值最大化为目标（2）以利润最大

化为目标（3）股东财富最大化为目标（4）企业价值最大化为目标。

三、名词解释

1、p11 企业管理：

**现代企业管理第一章总结篇四**

现代企业管理期末总结

姓名：袁桂林班级：社会10（2）学号10163149

现代企业管理一个学期的课程已经全部修完，由于书本上的知识点过于零碎，而且老师上课所说的内容于书本上的内容有很大的不同，因此我们很有必要把这一学期以来所学的知识点加以概括总结，这样才能更好的理解所学内容，也更利于把握所学。

在内容上，这学期共有八个章节。

在第一章，首先介绍了企业管理的基本概述。要学习企业管理，首先要了解的就是企业的概念，这包括企业的概念，特征，功能以及类型。然后我们可以了解企业管理的概念和意义。最后，我们学习现代企业管理的基本原理，包括系统原理、人本原理、动态原理和效益原理。

第二章主要介绍了企业管理理论的发展历程。首先是古代管理思想，包括亚当.斯密的劳动价值论、分工理论和经纪人的观点；查尔斯.巴贝奇的观点；欧文的人事管理。然后是近代科学管理，主要包括泰罗的科学管理理论；法约尔的一般管理理论；韦伯的行政组织体系理论。其次是西方的行为科学理论，即人力资源管理学派，其中有梅奥的人际关系理论；马斯洛的需要层次理论；麦克雷格的人性假设理论；洛尔斯和莫尔斯的超y理论。再者我们学习了现代管理理论，包括巴纳德开创的社会系统学派；西蒙开始的决策理论学派；系统学派；经验主义学派；权变理论学派。最后是管理思想的创新，主要包括企业战略管理；建设企业文化；企业组织的创新；企业再造理论。

第三章我们了解的是企业的组织机构。我们先是知道了组织的主要功能及其在企业管理中的重要性。然后学习了企业组织设计的程序（工作划分、工作归类、管理层次、职权关系）和企业组织结构设计的基本原则（有效性、统一领导和分级管理、权责利对等、协调、分工与协作、弹性结构原则）。而后，我们学习了企业组织结构的基本类型，并分析了各种结构类型的利弊及其适用企业。最后是企业组织的变革，这有利于解决企业组织的弊病。

第四章学习的是企业的战略管理。首先介绍的是企业战略的概念和过程。然后是企业战略的类型。企业战略最重要的目标是建立起自己的核心竞争力。最后

我们大致介绍了我国企业战略管理中存在的问题。

第五章讲到了市场营销。第一节学习的是市场营销的概念及其发展的历程还有他的管理过程。着重学习的是第二章的市场营销组合策略，包括产品策略，价格策略，渠道策略和促销策略。最后我们了解了现代企业整合营销的新策略。

第六章我们学习了现代企业的第一管理---人力资源管理。人力资源的管理包括物质资本管理、制度管理、人际关系管理、人力资本管、能本管理和人文管理各个阶段。现代人力资源管理在人才的争夺和企业培训开发体系的创新上很重视。不过我们也要了解人力资源管理的几大误区以避免在人力资源管理的过程中犯相似的错误。

第七章的生产管理主要介绍了生产与作业管理系统；选址决策与设施布置；生产与作业计划；设备的维修与管理；先进生产管理系统。

第八章的质量管理简单的介绍了质量的概念及质量管理理论的发展并着重介绍了全面质量管理。

在学习的过程中，我们也学到了现代企业在管理中常用的一些管理方法，我们着重介绍以下几点。

企业战略管理过程中最常用的swot分析法。s、w表示优势和劣势，是企业的内部环境；o、t分别代表机遇和挑战，是企业的外部环境。这对于企业认清形势，制定策略是极其重要的。

分析外部环境的g--pest宏观分析法。g表示自然环境，p表示政治环境，e代表经济环境，s代表社会文化环境，t代表科技。这有利于帮助企业全面的认清自己面临的外部宏观环境。

绩效考评方法包括等级评估法；目标考核法；序列比较法；相对比较法；小组评价法；重要事件法；关键绩效指标法；平衡计分卡。这些不同的绩效考评方法各有优势和不足，企业因根据不同的情况结合使用各种考评方法。平衡计分卡在现代企业的绩效考评中起着重要的作用。

pdca管理循环的基本工作方法。p指计划，d指执行，c表示检查，a表示处理。企业在管理过程中要依据每一个步骤开展工作，在循环中不断提高水平。

在学习现代企业管理的过程中，我们要结合其他的学科来加强对本学科的认识，不要局限于这一本书上。比如说，上学期我们学的《管理学》和《现代企业

管理》就有很多内容上的重复与相似，而管理学上有的内容比现代企业管理上详细，很多老师补充的内容也能在上面找到。比如驱动行业竞争的五种力量，在管理学上就能找到详解。

我们在学习现代企业管理理论的过程中，了解企业的管理理论是必须的，但是，我们又不能仅仅局限于了解热家的管理理论，我们学习的目的是获得一定的企业管理的能力。这就要求我们必须在学习的过程中，结合自己了解的我国企业管理的现状，加入自己对企业管理的认识。把管理理论中国化，形成自己独特的关于企业管理的一套科学的认识。

**现代企业管理第一章总结篇五**

企业法律形式：

个体企业，合伙制企业（两或两个以上，合伙人具有完全责任），合作制企业（劳作者持股），无限责任制公司（两及以上股东，不论出资完全责任），有限责任公司（按出资负责），股份有限公司（2-200 发行股票）企业组织结构：

直线型组织结构（一个头），直线—职能型组织结构，事业部组织结构，矩阵型组织结构，多维立体组织结构，网络组织结构 管理特征：

目的性，组织性，人本性，创新性，艺术性，综合性，不确定性，系统性 管理二重性：

自然属性（指挥劳动）社会属性（监督劳动）管理思想：

泰勒-美：科学管理原理（中心问题是提高劳动生产率，是一场思想革命，要科学的挑选工人使工人进步，人与管理保持合作，吧管理职能和实际操作分开，差别计件付酬）梅奥：人际关系理论（工人是社会人而非经济人除了经济还要关注心里，企业存在非正式组织，工人生产效率取决于态度和周围人关系）企业战略特点：

全局性，长远性，抗争性，纲领性，协同性 企业战略层次：

公司战略，竞争战略（业务部门战略），职能战略 竞争五要素分析：

潜在加入者，替代品的生产者，讨价还价的供应者，讨价还价的购买者，行业内现有竞争者 战略管理过程：

公司战略，竞争战略，职能战略 公司战略：

稳定发展战略，增长战略，紧缩战略，国际化战略 战略分析过程：

1.企业外部环境分析 2.企业内部战略要素分析 3.战略选择 4.战略的评估 5.企业战略的实施与控制 生产系统的构成要素 硬件要素：

生产技术（生产流程，设备工具，技术）生产设施（设施布置，布局，联系）生产规模（生产能力大小，性质）生产一体化程度（方向，程度，平衡性）软件要素：

生产技术（计划决策规划，方法，手段）生产环境（政治，经济。社会，市场变化）生产质量（质量检验，控制，保证体系）生产人员（工作态度，素质要求，激励机制）生产类型划分：

按工艺特性划分，生产特点划分，产品专业化程度划分 企业生产单位组成：

基本生产部门，辅助生产部门，生产服务部门 质量含义：

性能，寿命，可靠性，安全性，经济型 全面质量管理概念及特点 三全管理思想：全面质量管理，全过程质量管理，全员参与质量管理 四个一切观点：

一切为用户服务，一切以预防为主，一切用数据说话，一切按pdac循环办事 pdca循环：

plan（计划）do（执行）check（检查）action（处理）朱兰三部曲：

质量计划 质量控制（三部曲重要环节）质量改进 质量体系认证：

第三方认证体系（is09000标准）人力资源的特征：

人力资源能动性，人力资源的再生性，人力资源二重性（即需要投入资源也可以创造资源），人力资源时效性（工作时间），人力资源的社会性（社会属性）人力资源的构成：

人力资源数量，人力资源质量 人力资源管理的职责：

人力资源获取，整合，奖筹，调控，开发 绩效考评概念：

通过系统的方法，原理来评定和测量员工在职务上的工作行为，工作成果，以及对企业的贡献或价值 薪酬制度：

直接经济薪酬，间接经济薪酬（福利），非经济薪酬（工作本身，环境等心理效应）企业财务管理：

资金筹集管理（企业资金包括权益资金和负债资金）投资管理（固定资产投资，证券投资，对其他企业直接投）利润及其分配管理（企业营业收入管理，利润分配管理）成本费用管理（生产经营中的资金耗费）基本财务报表：

资产负债表（资产=负债+所有者权益）损益表（净利润=利润总额-所得税）现金流量表（全部现金净流量=全部现金流入-全部现金流出）企业支付能力 p172 流动比率：流动比率=流动资产/流动负债 速动比率=（流动资产-存货/流动负债）资产负债率=负债总额/资产总额 利息保障倍数=税前利润+利息费用/利息费用 物资储备定额的构成：

经常储备定额，保险储备定额，季节性储备定额 经济订购批量发来确定经常储备定额，更侧重从企业本身费用角度考虑物资储备。

在保管费用上升和订购费用下降之间取中值 企业资源计划erp的基本思想是将企业制造流程看成一条连接供应商，制造商，分销商和顾客的供应链，强调对供应链整体管理 设备经济评价：

年经济法：将总投资乘系数化为年投资 系数=p201公式 现值法：将每年设备维持费用乘系数化为总费用 系数=p201公式 设备磨损：

有形磨损：使用磨损，自然磨损 无形磨损：第一类（由于生产力提高或者需要劳动力减少，引起设备价值下降）第二类（新技术发明应用）设备寿命：自然寿命，技术寿命（技术换代），经济寿命（设备维持费决定）市场营销：就是在不断变化的市场环境中，旨在满足消费需要，实现企业目标的商务活动过程。

市场营销创新：关系营销，绿色营销，网络营销，服务营销，整合营销 消费者需求特征：多样性，层次性，发展性，时代性，伸缩性，可诱导性，连带性，替代性 市场细分表准：地理变量，人口变量，心里变量，行为变量 市场营销组合策略：

产品策略：核心产品，形式产品（核心产品实现的形式或质量外观），附加产品 品牌策略：品牌内涵，品牌定位，多品牌单品牌，销售生产品牌 价格策略：撇脂价格（高收益回收成本）渗透价格（低收益占领市场）适中价格，心里定位价格整数，9.99，声望 分销渠道：经销商，代理商，经纪商 促销作用：

提供信息情报，引起购买欲望，突出产品特点形象，占领市场份额 服务质量：是指服务能够满足规定和潜在需求的特征和特征总和 技术经济分析是经济学一个分支，一门技术学于经济学交叉的学科 经济效果是指人们生产活动中技术项目新成果于新消耗劳动量比较 追加投资回收期：(p295)所谓追加投资回收期是指在产出（收入）相同的前提下，用投资大的方案所节约的年运营成本回收超额投资所需要的时间。其数学表达式如下：

n’=(k1-k2)/（c2-c1）式中：k1、k2——方案1、方案2的投资额；

c1、c2——方案1、方案2的年运营成本；

n’——追加投资回收期。

该指标的适用条件是：如果k1>k2，c2>c1，当n’

当n’>nb时，投资小的方案优，选择方案2.例：某企业获得10万元贷款，偿还期5年、年利率为10%，试就下面四种还款方式，分别计算5年还款总额及还款额的现值。

（1）每年末还2万元本金和所欠利息；

（2）每年末只还所欠利息，本金在第5年末一次还清；

（3）每年末等额偿还本金和利息；

（4）第5年末一次还清本息和利息。

解：（1）第一年 2+10×10%=3 第二年 2+8×10%=2.8 第三年 2+6×10%=2.6 第四年 2+4×10%=2.4 第五年 2+2×10%=2.2 5年总还款额=13 现值=3×（p/f,10%,1）+2.8×(p/f,10%,2)+2.6×(p/f,10%,3)+2.4×(p/f,10%,4)+2.2×(p/f,10%,5)=10(2)第一至第四年每年 10×10%=1 第五年 10+10×10%=11 5年总还款额=15 现值=1×(p/a,10%,5)+10×(p/f,10%,5)=10(3)第一至第五年每年 10×(a/p,10%,5)=2.638 5年总还款额=2.638×5=13.19 现值=10（2.638×（p/a,10%,5））（4）第一至第四年 0 第五年 10×（f/p,10%,5）=16.105 5年总还款额=16.105 现值=10(16.105×(p/f,10%,5))计算：

3.追加投资回收期计算（多种方案比较）4.盈亏平衡计算 4.设备选择的年经费法和现值法的计算

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