

《企业经营决策仿真实训教程》

图书基本信息

书名：《企业经营决策仿真实训教程》

13位ISBN编号：9787121144332

10位ISBN编号：7121144336

出版时间：2011-8

出版社：电子工业

作者：张星

页数：175

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《企业经营决策仿真实训教程》

内容概要

《企业经营决策仿真实训教程》在内容安排上以企业经营决策流程与任务为逻辑主线，与课程软件《现代企业经营决策仿真系统》相匹配，包括企业交接、企业内外部环境和决策要点、成本核算与贷款决策、企业综合仿真决策、经营总结与对策分析、单一及综合性实训项目设计等，其中包含作者多年来课程教学和参赛的宝贵经验，如配套的实训报告和个别核算方法属于首创，个别实训项目设计方案曾获得第三届全国实践教学竞赛三等奖。

读者对象：《企业经营决策仿真实训教程》适合本科、高职企业管理及相关专业学生作为教材使用，也可供相关从业人员参考使用。

《企业经营决策仿真实训教程》

作者简介

张星，1978年12月生，浙江大学MBA、经济师，现任浙江经济职业技术学院管理专业教研室主任，浙江省新世纪151人才工程培养对象，浙江经济职业技术学院省级特色专业工商企业管理专业主要建设人之一。

近年来，主持院级精品课程1门——企业经营决策仿真，参与省级精品课程建设1门，在国家核心期刊发表论文5篇，其中《示范校建设背景下高职教师工作满意度研究——以浙经院为例》一文获得第七届全国优秀职数文章评选一等奖、中国高等职业技术教育研究会第十二次学术年会优秀教育研究成果论文二等奖；《基于大型仿真项目的高职课程综合实践设计——以浙经院工商企业管理专业为例》获得第三届全国实践教学大赛专业建设方案设计三等奖。在指导学生参加历届全国管理决策实践大赛暨“东华杯”全国决策仿真人赛中成绩优异，迄今为止共获一等奖1个，二等奖16个，三等奖31个，总分名列各大参赛院校之首，积累了丰富的教学和参赛经验。

《企业经营决策仿真实训教程》

书籍目录

第1章 企业的接管及经营决策思路 第一节 企业的交接 第二节 企业的外部环境 第三节 销售部门决策 一、企业销售产品及销售市场 二、一般市场的决策思路 三、附加市场决策要点 四、附加市场 决策要点 巩固练习1 第四节 生产部门决策 一、生产部门的基本情况 二、生产部门决策目标 三、生产线的生产能力及其调整 四、生产人员的生产能力及其调整 巩固练习2 第五节 采购部门决策 一、采购部门的基本情况 二、原材料及附件采购决策 巩固练习3 第六节 研发与人事部门概况及决策要点 一、研发部门概况 二、人事部门概况 三、研发与人事决策要点 第七节 管理部门概况及决策要点 一、管理部门概况 二、管理合理化投资决策要点 第八节 财务部门概况 一、用户支付方式 二、资金贷款种类与利率 三、购买有价证券 四、缴纳税收与支付股息 巩固练习4

第2章 成本核算和贷款决策 第一节 成本性态分析 一、一个典型的成本公式 二、成本对定价的指导意义 巩固练习5 第二节 产品成本核算 一、成本核算的目标 二、周期决策数据回顾 三、成本类型核算 四、成本发生部门核算——间接成本核算 五、成本承担单元核算 巩固练习6

第3章 中期贷款决策 一、中期贷款决策的目标 二、中期贷款的决策思路 巩固练习7

第3章 实战演练——全面仿真决策 第一节 企业经营综合决策步骤 第二节 最后一周期经营决策技巧 一、企业经营决策评价指标及权重 二、最后一周期经营决策技巧

第4章 经营决策总结与对策分析 第一节 企业经营报表的读取与分析 一、周期经营决策实训报告 二、经营报表的读取与分析 巩固练习8 第二节 企业经营状况与行业的对照分析 一、市场指标的对照分析 二、生产指标的对照分析 三、财务指标的对照分析 第三节 企业经营对策分析与追踪决策

第5章 课程实训项目设计 第一节 单一实训项目设计 周期经营决策与总结分析实训指导手册 企业经营决策仿真实训报告 第二节 综合性实训项目设计 行业高峰论坛筹办项目指导手册 数码行业高峰论坛筹办策划方案参考答案 巩固练习1 参考答案 巩固练习2 参考答案 巩固练习3 参考答案 巩固练习4 参考答案 巩固练习5 参考答案 巩固练习6 参考答案 巩固练习7 参考答案 巩固练习8 参考答案参考文献

章节摘录

本经营周期的市场形势相对于上周期是否好转，如果好转，在其他影响因素不变的情况下，市场平均价格下降的可能性或降幅较小，甚至有可能上升；反之，则可能会进一步下降。上周期整个行业平均库存是否急剧增加，如果增加幅度明显，整个行业都面临高库存的压力，则竞争企业都倾向于降低价格以消化库存，故本经营周期的平均价格可能会进一步下移。周期整个行业中倒闭企业的数量。如果上周期的经营中，倒闭了较多数量的企业，这些企业原有的市场份额就留给那些仍然生存的企业，则竞争对手在生产规模不变的情况下，一般不会大幅度降低其价格，因此本周期市场的平均价格降低也有限，甚至可能增长。在对本经营周期市场平均价格的预测基本完成之后，还要对个别重点竞争对手的价格进行预测，特别是那些规模很大，价格又非常低，而且经营成绩比较好的企业，对这些竞争企业价格的预测，可让我们明确行业中价格的最低水平，以做到心中有数；另外，还要注意上周期中那些销售量与本企业本周期可供销售的产品数量（期初库存加本周期产量）相近的企业，它们的价格、广告费用、销售人员和产品质量都为企业本周期的相应决策提供了科学的参考。

在完成以上两个预测后，再结合本企业的经营战略（大规模低价格低质量战略、中规模中价格中质量、小规模高价格高质量战略等）来确定价格。步骤六：最终定价在综合考虑以上几个方面的因素后，可以基本预测出本周期市场的平均价格水平及对应的平均销售量，再与本企业当期可销售的产品数量相比较，确定产品的价格。如果本企业可销售的产品数量大于预期的行业平均销售量，则价格应低于预测的平均价格水平；反之，则可以高于平均价格水平。当然还可以结合另外的一些定价法，如心理定价法中的尾数定价法，确定最终价格。值得注意的是仿真系统在给企业打分时，一般价格越低，价格单项分数相对就高。所以，尾数定价法可以利用这一特点，但如果由于企业的价格过低导致企业亏损时，另外的分数项得分就较低，所以，要统筹兼顾，综合平衡。……

《企业经营决策仿真实训教程》

精彩短评

1、很实用的教程，对参加决策大赛的人来讲是必不可缺的。

《企业经营决策仿真实训教程》

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：www.tushu111.com