

<<广告公司规范化管理操作范本>>

图书基本信息

书名：<<广告公司规范化管理操作范本>>

13位ISBN编号：9787115158185

10位ISBN编号：7115158185

出版时间：2007-3

出版时间：人民邮电

作者：王宏

页数：259

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>

## <<广告公司规范化管理操作范本>>

### 内容概要

《广告公司规范化管理操作范本》内容涉及广告公司的组织结构设计、职能分解、职位设置与职位说明书的编制、目标管理、项目组织管理、薪酬体系设计、绩效考核、流程管理共八大方面，为广告公司提供了规范化管理的制度、工具、流程和模板，以便于广告公司参照执行。

## &lt;&lt;广告公司规范化管理操作范本&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 我国广告业发展概况 1第一节 国内广告业和广告公司的发展概况 1一、国内广告业的发展概况 1二、国内广告公司的发展状况 2第二节 国内广告公司面临的挑战 3一、不断成熟的广告主 3二、不断创新的媒介载体 3三、自身管理问题众多 3第二章 广告公司的组织结构设计 5第一节 组织结构设计 5一、组织结构设计的相关概念 5二、组织结构设计的一般原则 5三、组织结构设计步骤 6第二节 广告公司组织结构设计 7一、广告公司组织结构设计注意事项 7二、广告公司组织结构的常见类型选择 7第三节 广告公司各部门组织结构设计范例 11一、客户部组织结构 11二、创意制作部组织结构 11三、媒介部组织结构 12四、流程部组织结构 13五、市场调研部组织结构 13六、财务部组织结构 14七、人力资源部组织结构 15第三章 广告公司各部门职能分解 17第一节 职能分解 17一、职能分解的相关概念 17二、职能分解的要点 17三、广告公司职能分解的注意事项 18第二节 职能分解的过程 19一、职能调查 19二、职能识别 19三、职能汇总 20四、编制职能分解表 21第三节 广告公司职能分解表的编制 21一、客户部的职能分解 22二、创意制作部的职能分解 23三、媒介部职能分解 23四、流程部职能分解 24五、市场调研部 25六、财务部职能分解 26七、人力资源部职能分解 27第四章 广告公司的职位设置与职位说明书 29第一节 工作分析 29一、工作分析的概念 29二、工作分析的内容 29三、工作分析的基本流程 29第二节 广告公司的职位设置 35一、职位设置的相关概念 35二、职位设置的原则 35三、进行职位设置 36四、广告公司的职位列表 37第三节 广告公司的职位说明书 39一、一般企业职位说明书的内容 39二、广告公司的职位说明书范例 39第五章 广告公司的目标管理 115第一节 目标管理的相关知识 115一、目标管理 115二、目标管理流程 116三、广告公司的目标管理 122第二节 广告公司的目标体系与目标分解 123一、广告公司目标体系的制定 123二、广告公司总经理、各部门总监的目标分解 124第六章 广告公司项目组织管理 129第一节 项目经理部组织结构设计 129一、广告公司与项目经理部的职能划分 129二、项目经理部组织结构设计 130第二节 项目经理部的岗位设置 132一、项目经理部的部门与岗位设置 132二、各岗位职能确定 134第三节 项目经理的选任与责权分配 140一、项目经理的任职条件与资格 140二、项目经理的选用 141三、项目经理的责权划分 142第七章 广告公司的薪酬体系设计 145第一节 薪酬体系的构成 145一、什么是薪酬 145二、薪酬福利体系的构成 145第二节 广告公司薪酬福利体系设计 146一、薪酬福利体系的设计要点 146二、薪酬福利体系设计的操作步骤 147第三节 广告公司的薪酬体系规划 153一、广告公司薪酬体系的选择 153二、确定薪酬结构 154三、广告公司福利体系设计 156第四节 广告公司人工成本控制 158一、企业承受能力测算的方法 158二、企业承受能力的控制标准 158三、薪酬总额的控制方法 158第八章 广告公司的绩效考核 161第一节 绩效考核 161一、绩效考核的概念 161二、绩效考核的意义 161三、遵循考核工作原则 162第二节 绩效考核的实施 163一、制定考核计划 163二、建立考核指标体系 165三、实施考核工作 165四、考核结果反馈与处理 171第三节 广告公司的绩效考核体系设计 172一、运营总监 172二、客户部 173三、创意制作部 176四、媒介部 180五、市场调研部 184六、流程部 186七、财务部 187八、人力资源部 190第九章 广告公司管理流程设计与流程再造 195第一节 流程管理 195一、流程与流程再造 195二、流程管理的意义 195第二节 流程设计 196一、流程设计的原则 196二、流程设计的操作步骤 187三、流程图的绘制 199四、流程管理的实施要点 202第三节 广告公司流程设计与流程再造的应用 204一、广告公司主体业务工作流程与工作标准 204二、客户部业务工作流程与工作标准 209三、拜访客户工作流程与工作标准 212四、客户投诉受理工作流程与工作标准 215五、广告调研工作流程与工作标准 218六、广告策划工作流程与工作标准 221七、媒介购买工作流程与工作标准 224八、广告创意策略制定工作流程与工作标准 227九、广告制作通用工作流程与工作标准 230十、平面广告制作工作流程与工作标准 233十一、电视广告制作工作流程与工作标准 236十二、广告费用预算工作流程与工作标准 239十三、广告报价工作流程与工作标准 242十四、广告费结算工作流程与工作标准 245十五、广告投放工作流程与工作标准 249十六、员工招聘工作流程与工作标准 252十七、员工培训工作流程与工作标准 256



## <<广告公司规范化管理操作范本>>

### 编辑推荐

《广告公司规范化管理操作范本》从人力资源管理的角度，讲述了广告公司规范化管理的八大步骤，是广告公司进行规范化管理和实务操作的参照范本与工具书。

《广告公司规范化管理操作范本》读者对象为广告企业的经营管理者、广告公司一般从业人员、相关培训师、咨询师以及高校教师等。

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>