

<<企业诊断基础>>

图书基本信息

书名：<<企业诊断基础>>

13位ISBN编号：9787302109891

10位ISBN编号：7302109893

出版时间：2005-7

出版时间：清华大学出版社

作者：吴蕃蕤

页数：272

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>

<<企业诊断基础>>

内容概要

本书介绍了企业诊断的发展历史、基本概念与特点，重点介绍了企业诊断的基本工作方法、常用工具和应用这些方法、工具的范例，并就如何拓展企业诊断业务问题作了详尽的论述。

同时，也介绍了大型企业集团管理改革的决策分析案例和中小企业的诊断咨询案例。

本书是针对企业诊断培训而编写的，可作为企业诊断培训教材，和管理类、财经类专业教学或企业内训的参考书，也可作为管理者、经济工作者、企业家和各级领导工作和学习的参考书。

<<企业诊断基础>>

书籍目录

第1篇 基础知识篇 第1章 企业诊断概述 1.1 企业诊断的沿革 1.1.1 企业诊断的发展背景 1.1.2 美、英、日企业诊断概况 1.1.3 我国的企业诊断概况 1.2 企业诊断的含义 1.2.1 企业诊断的定义 1.2.2 企业诊断活动的参与者 1.2.3 企业诊断的本质与特征 1.2.4 企业诊断的任务与作用 1.3 企业诊断的类别、形式及原则 1.3.1 企业诊断的类别 1.3.2 企业诊断工作的基本形式 1.3.3 企业诊断的原则 1.4 企业诊断师 1.4.1 资格要件 1.4.2 职业行为规范 1.4.3 培养方法第2篇 实务知识篇 第2章 企业诊断工作方法 2.1 企业诊断工作程序与主要文件 2.1.1 工作程序 2.1.2 工作计划书 2.1.3 企业诊断报告书 2.2 问题调查 2.2.1 确定调查内容 2.2.2 收集二手资料 2.2.3 收集原始资料 2.3 诊断分析 2.3.1 资料整理 2.3.2 分析方法 2.3.3 诊断分析应注意的问题 2.4 实施指导 2.4.1 计划 2.4.2 实施方法 2.4.3 评估 2.4.4 实施指导应注意的问题 第3章 企业诊断技术 3.1 企业诊断技术概论 3.1.1 企业诊断方法 3.2 专门知识法 3.2.1 SWOT分析 3.2.2 BCG矩阵分析 3.2.3 价值链分析 3.2.4 五力分析 3.3 经验法 3.3.1 采购与验收管理诊断项目 3.3.2 资材管理诊断项目 3.3.3 生产管理诊断项目 3.3.4 制造管理诊断项目 3.3.5 卖场与商品管理诊断项目 3.3.6 顾客对待管理诊断项目 3.3.7 营销管理诊断项目 3.3.8 研究发展诊断项目 3.3.9 企业问题点界定案例 3.4 标杆比较法 3.4.1 一般性关键绩效指标 3.4.2 产业别关键绩效指标 3.5 传统数量法 3.5.1 80/20法则——ABC分类法 3.5.2 固定批量法(F)Q) 3.5.3 经济批量法(E)Q) 3.5.4 损益平衡点分析法 3.5.5 目标利润分析法 3.5.6 多种产品的成本、数量、利润分析 3.5.7 百分率分析法 3.5.8 标准差异分析法 3.6 管理情报系统分析法 3.6.1 管理情报系统分析法的概念 3.6.2 现状分析 3.6.3 计算机化作业 第4章 企业诊断实务 4.1 企业诊断实务的基础 4.1.1 企业诊断业务的特色 4.1.2 信赖品牌的建立 4.1.3 企业诊断业常见的问题 4.1.4 企业诊断师的角色定位 4.2 人力资源与管理 4.2.1 经营理念 4.2.2 21世纪卓越企业的指标 4.2.3 企业文化塑造 4.2.4 人才任用 4.2.5 人员培训 4.2.6 管理机制 4.3 产品研发与商品化 4.3.1 核心竞争力的建构 4.3.2 产品研究与发展 4.3.3 案例建立与运用 4.4 业务宣传与推广 4.4.1 企业简介制作 4.4.2 产品简介制作 4.4.3 企业网站经营 4.4.4 产品说明会举办 4.4.5 塑造专业形象 4.5 访谈、提案与签约 4.5.1 谁去谈业务 4.5.2 专案开发快速成功要领 4.5.3 业务洽谈 4.5.4 拜访记录 4.5.5 企业访视 4.5.6 提案及竞标 4.5.7 签订合约 4.6 项目执行与结案 4.6.1 规划执行方案 4.6.2 组织工作团队 4.6.3 项目执行 4.6.4 过程控制 4.6.5 结案报告 4.6.6 无法顺利结案的原因及对策 4.6.7 结案的后续作业 4.6.8 建立知识管理系统第3篇 案例知识篇 第5章 G集团系统协同改革案例 第6章 A水泥公司诊断案例附录1 日本中小企业诊断制度附录2 中小企业诊断师考试实务试题范例参考文献

章节摘录

1. 企业诊断的主要任务 (1)帮助企业分析判断其经营管理活动各方面所存在的问题,明确问题产生的原因,提出改善的方案或建议,对企业内部有分歧的改革方案加以论证并据以提出意见。若认为企业现有的方案欠妥,则提出劝告和修正的方法。

(2)指导企业实施其改善方案。

帮助企业培训各级员工以提高他们的素质,促进企业从经营者到一般员工的意识更新,增强他们对企业的认同和信心,提高企业的管理能力,进而帮助企业建立和健全各管理职能体系,并使企业的管理职能系统提高效率。

(3)通过企业诊断活动,促使被诊断企业树立可持续发展的经营观念,指导被诊断企业实行可持续发展的经营战略。

对企业诊断的发展做出过重要贡献的L.厄威克说过:“作为顾问,真正惟一值得去做的工作是教育——教会客户及其下属人员自己能进行更好的管理。”

在上述的三项任务中,第一项的效果往往是企业看得见、摸得着的,容易引起企业的好感和满足。然而,企业诊断师绝不该因此而忽视第二项、第三项任务。

后两项任务也是企业诊断的根本任务。

法国、德国和日本等企业诊断事业发达的国家,其实践也充分证明了这一点。

它们在开展企业诊断咨询服务时,特别注重对接受诊断企业的管理人员的培训,善于把诊断师的见解变为企业家及企业的自觉行动,从不强迫企业服从诊断人员的意见。

它们提倡企业诊断服务“不光是送给您一条鱼,重要的是教会您钓鱼的方法”,强调方法的转让。

关于第三项任务,为企业诊断理论研究贡献了毕生心血的三上富三郎先生认为,这是人类社会发展和经营新时代的需要。

他强调,21世纪的企业诊断应该从现在的“追求增长”的模式转向“以共生为中心的综合性经营诊断”模式,构造“以经济性、人性、社会性、环境性为基轴的诊断”。

企业诊断机构、诊断师能否顺利地完成上述任务,除了取决于自身水平和努力之外,与接受诊断企业经营者的企业家精神和基础工作的扎实程度也有很大的关系。

但即使是这方面条件良好的企业,也不是经过一次诊断就可一劳永逸的,往往要经过多次诊断甚至长期诊断,在管理—诊断—改善—管理的螺旋式上升循环中不断地发展、提高。

2. 企业诊断的作用 企业诊断的作用非常明显,而且涉及面很广,其主要表现包括: (1)为企业排忧解难,协助其改进、改革,提高其经营管理水平和全面效益。

(2)把以管理科学为主的多学科的理论、知识与方法应用于企业,与企业一起将其转化为现实的生产力。

(3)配合国家和地方公共团体贯彻与企业有关的各项方针、政策,发挥客观上作为国家和地方公共团体对企业进行间接管理与指导的手段的作用,促进有关企业的各种政策措施的完善和效率化。

(4)促进企业作为“企业市民”、“生活者”,站在可持续发展的高度,开展与社区共生、环境共生、全球共生的生产经营活动。

(5)在实践中提高诊断人员的水平,使其适应不断变化的环境,更加圆满地完成企业诊断服务工作。

<<企业诊断基础>>

编辑推荐

本书分别介绍了与企业诊断工作相关的基本理念与基础知识。

“基础知识篇”主要介绍企业诊断的发展历史与特点；“实务知识篇”主要介绍企业诊断常用的工具和方法，并以具体实例说明如何应用这些工具和方法；“案例知识篇”介绍了一个国营企业集团进行管理改革的典型案例和一个民营企业进行企业诊断的典型实例。

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>