

<<企业管理咨询>>

图书基本信息

书名：<<企业管理咨询>>

13位ISBN编号：9787500550464

10位ISBN编号：7500550464

出版时间：2008-11

出版时间：中国财政经济出版社

作者：刘仲康 编

页数：575

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>

前言

当您开始阅读本书时，人类已经迈入了二十一世纪。

这是一个变幻难测的世纪，这是一个催人奋进的时代。

科学技术飞速发展，知识更替日新月异。

希望、困惑、机遇、挑战，随时随地都有可能出现在每一个社会成员的生活之中。

抓住机遇，寻求发展，迎接挑战，适应变化的制胜法宝就是学习——依靠自己学习、终生学习。

作为我国高等教育组成部分的自学考试，其职责就是在高等教育这个水平上倡导自学、鼓励自学、帮助自学、推动自学，为每一个自学者铺就成才之路。

组织编写供读者学习的教材就是履行这个职责的重要环节。

毫无疑问，这种教材应当适合自学，应当有利于学习者掌握、了解新知识、新信息，有利于学习者增强创新意识、培养实践能力、形成自学能力，也有利于学习者学以致用、解决实际工作中所遇到的问题。

具有如此特点的书，我们虽然沿用了“教材”这个概念，但它与那种仅供教师讲、学生听，教师不讲、学生不懂，以“教”为中心的教科书相比，已经在内容安排、形式体例、行文风格等方面都大不相同了。

希望读者对此有所了解，以便从一开始就树立起依靠自己学习的坚定信念，不断探索适合自己的学习方法，充分利用已有的知识基础和实际工作经验，最大限度地发挥自己的潜能达到学习的目标。

欢迎读者提出意见和建议。

祝每一位读者自学成功。

<<企业管理咨询>>

内容概要

当您开始阅读《企业管理咨询》时，人类已经迈入了二十一世纪。这是一个变幻莫测的世纪，这是一个催人奋进的时代。科学技术飞速发展，知识更替日新月异。希望、困惑、机遇、挑战，随时随地都有可能出现在每一个社会成员的生活之中。抓住机遇，寻求发展，迎接挑战，适应变化的制胜法宝就是学习——依靠自己学习、终生学习。

<<企业管理咨询>>

书籍目录

第一章 企业管理咨询概论第一节 企业管理咨询的产生和发展第二节 企业管理咨询的性质和特点第三节 企业管理咨询的任务和使命第四节 企业管理咨询的类型和程序第二章 企业管理咨询的主体与客体第一节 企业管理咨询的主体第二节 企业管理咨询的客体第三节 企业管理咨询主体与客体的关系第三章 企业战略管理咨询第一节 企业战略管理咨询的地位和特点第二节 企业战略管理咨询的课题第三节 企业战略咨询的方法第四章 企业管理组织咨询第一节 企业管理组织咨询的特点和作用第二节 企业管理组织咨询的课题第三节 企业管理组织咨询的方法第五章 企业科技管理咨询第一节 企业科技管理咨询的特点和作用第二节 企业科技管理咨询的课题第三节 企业科技管理咨询的方法第六章 企业生产管理咨询第一节 企业生产管理咨询的特点和作用第二节 企业生产管理咨询的课题第三节 企业生产管理咨询的方法第七章 企业质量管理咨询第一节 企业质量管理咨询的理论和特点第二节 企业质量管理咨询的课题第三节 企业质量管理咨询的方法第八章 企业劳动人事管理咨询第一节 企业劳动人事管理咨询的特点与作用第二节 企业劳动人事管理咨询的课题第三节 企业劳动人事管理咨询的方法第九章 企业物资管理咨询第一节 企业物资管理咨询的特点和作用第二节 企业物资管理咨询的课题第三节 企业物资管理咨询的方法第十章 企业设备管理咨询第一节 企业设备管理咨询的特点与作用第二节 企业设备管理咨询的课题第三节 企业设备管理咨询的方法第十一章 企业市场营销管理咨询第一节 企业市场营销管理咨询的特点和作用第二节 企业市场营销管理咨询的课题第三节 企业市场营销管理咨询的方法第十二章 企业财务管理咨询第一节 企业财务管理咨询的特点和作用第二节 企业财务管理咨询的课题第三节 企业财务管理咨询的方法第十三章 企业形象管理咨询第一节 企业形象管理的地位和作用第二节 企业形象管理咨询的课题第三节 企业形象设计咨询的方法后记企业管理咨询自学考试大纲出版前言I. 课程性质与设置目的 . 课程内容与考核目标 . 有关说明与实施要求附录：题型举例后记

章节摘录

(一) 企业管理咨询的一般任务 企业管理咨询的一般任务是：为了实现企业管理咨询的目的，从理论上探索企业客体健康与病态运行的规律和特征，探索咨询主体分析和解决企业问题的方式与方法；在实践中正确判断客户企业的症结所在，并采取适宜的方式，帮助企业解决问题。

一般任务涉及理论与实践两个方面。

它通过理论上对咨询客体运行规律和咨询主体工作方式的研究，提高咨询实践的效率和效果。

咨询实践反过来又促进咨询理论的发展。

企业管理咨询的一般任务具有普遍性和稳定性，适用于不同地区、不同行业、不同时期的不同企业。

(二) 企业管理咨询的具体任务 由于企业管理咨询客体的行业和自身特点不同，所存在的问题不同，咨询主体的工作方法也不同，因而咨询主体对各个客户企业管理咨询的具体任务也不同。

总的来说，具体任务主要是帮助客户发现问题，分析原因，帮助客户培训干部，提高素质；根据所处行业的特点和企业自身的特点，寻求对策，提出解决问题的方案，并指导实施。

咨询的具体任务如图1-1所示。

为了完成咨询的具体任务，需要做好以下具体工作： 1. 搞清客户行业的特点。

行业是企业所从属的、关系最密切的外部环境。

行业的特殊的运行规则必然制约和影响企业具体的运行规律。

因此，把握客户企业的特点，需要从把握行业的特点入手。

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>