

<<做自己的管理顾问>>

图书基本信息

书名：<<做自己的管理顾问>>

13位ISBN编号：9787801971913

10位ISBN编号：7801971914

出版时间：2005-6

出版时间：企管管理出版社

作者：经理人培训项目组

页数：527

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>

<<做自己的管理顾问>>

内容概要

本书由国内外企业管理权威专家、知名外企资深经理和顶尖咨询公司高级顾问联手编写而成，本书所归纳整理的工具包括战略管理、组织管理、人力资源管理、营销管理、财务管理、生产管理等多个方面，涵盖了企业经营管理的各个层面，是国内第一本帮助企业经理、主管、管理顾问和培训师，掌握最实用、有效、前沿的管理工具，提升专业素质，高效解决工作中实际问题的专业权威读本。

在本书中，针对跨国公司中高层、大型企业老总管理实践中的160多个问题难题，联合资深管理咨询顾问、企业培训专家多年实战经验，几乎归纳了世界最常用，也是最佳的管理工具。

针对中国企业现状，我们倡导一种新的思维——“工具化思维”，即把各种管理思想、理念、方法、思维方式、行为方式等等，转化成经营管理中能使用的“工具”。

工具是什么？

简而言之，它是辅助人们达到目的的事物。

事物可以是具体有形的，如犁、锄、书等，也可以是无形的，如语言、理念、思维方式、行为、习惯等等。

经营管理工具基本上都是抽象无形的，当然为了方便使用，一部分也被物化，如表格、软件系统、公式、程序即具体的方法或步骤。

物化的本质就是“工具化思维”，这种新思维强调实用、可操作性即系统化梳理。

相信本书提供的几百个常用工具能给您带来启迪与帮助！

<<做自己的管理顾问>>

书籍目录

1. 做自己的战略管理顾问——企业战略问题解决方案/1如何规划战略管理流程/3如何运用SWOT进行战略分析/6如何运用SPACE矩阵选择战略方向/9如何运用PEST进行环境分析/12如何分析企业竞争对手/16如何制定企业商业计划/20如何制定企业的战略目标/23如何选择最佳企业战略/27如何实施国际化经营战略/32如何实现有效的战略控制/38如何构筑企业核心竞争力/40如何成功实施战略联盟/43

2. 做自己的组织管理顾问——企业组织问题解决方案/47如何设计最佳组织机构/49如何实现有效的组织决策/53如何顺利进行组织变革/55如何创建学习型组织/59如何建设高绩效组织/61如何有效处理团队冲突/63

3. 做自己的人力资源管理顾问——企业人力资源问题解决方案/63如何制定人力资源计划/67如何做好工作分析/70如何编写招聘广告/73如何招聘应届毕业生/75如何成功吸引优秀人才/77如何招聘优秀管理人员/80如何避开人才招聘陷阱/83如何做好面试测评工作/85如何开展薪酬调查/90如何设计整体薪酬回报方案/92如何运用关键事件进行人才测验/94如何实施工作日志法/96如何管理知识工作者/98如何进行排序考评/100如何实施360度考核/102如何运用关键绩效指标/105如何运用平衡计分卡/109如何实施EVA激励计划/113如何激励企业低薪员工/116如何有效激励销售人员/118如何留住优秀员工/126如何分析企业培训需求/129如何制定培训计划/132如何有效整合培训资源/136如何培训企业高层管理者/139如何培训企业中层管理者/142如何培训企业基层管理者/144如何培训企业的生产人员/146如何培训企业的营销人员/148如何培训新进员工/151如何利用案例进行培训/153如何运用角色扮演法/155如何运用游戏培训法/157如何做好培训评估工作/161

4. 做自己的营销管理顾问——企业营销问题解决方案/165如何实现成功的市场定位/167如何加速新产品开发/172如何运用产品定价技巧/178如何选择分销渠道/183如何有效控制窜货/187如何开展事件营销/190如何实施整合营销/193如何运作网络营销/198如何操作数据库营销/203如何实现一对一营销/206如何实施E—MAIL营销/210如何提高顾客忠诚度/215如何管理企业的大客户/219如何设计销售队伍/222如何对销售人员实施三纬度评价/225如何运用软文营销/229如何创建强势品牌/233如何对营销渠道进行高效管理/236如何实现终端生动化/242

5. 做自己的财务管理顾问——企业财务问题解决方案/245如何做好财务预算/247如何发挥财务分析作用/250如何读懂资产负债表/253如何读懂现金流量表/258如何管理好企业的现金/262如何分析企业盈利能力/266如何为企业筹集资金/269如何运用ABC分析法/274如何运用BOT模式/276如何成功获得风险投资/278如何实现企业并购/283如何实现杠杆收购/288如何成功借壳上市/291如何规避财务风险/294如何进行合理避税/300

6. 做自己的生产管理顾问——企业生产问题解决方案/303如何选择理想的厂址/305如何合理布置厂区/308如何编制生产作业计划/313如何组织流水线生产/315如何控制好生产流程/319如何运用经济订购批量模型/325如何实施企业资源计划/327如何实现精益生产/330如何实现敏捷制造/332如何进行准时生产/336如何实施业务流程再造/340如何运用柔性制造系统/344如何运用PDCA法/347如何运用质管圈法/350如何运用黑腰带计划/354如何顺利通过质量认证/357如何实施全面质量管理/361

7. 做自己的管理技能顾问——企业管理技能问题解决方案/365如何实施目标管理/366如何做好有效决策/370如何进行有效授权/373如何实现有效沟通/376如何实施“一分钟”管理/379如何发挥柔性管理效用/381如何实现零缺陷管理/384如何实施MBWA技术/386如何进行创新管理/390如何进行抱怨处理/396如何应用企业教练技术/401如何成为革新型领导/402如何有效地管理时间/404如何进行成功谈判/408如何进行创业管理/417

8. 做自己的管理思想顾问——企业管理思想问题解决方案科学管理思想/425行政组织体系/428一般管理理论/432人际关系理论/436系统组织理论/438需求层次理论/440团体动力理论/442强化理论/446人性假设理论/448比较管理理论/453管理新模式/455管理方格理论/457公平理论/459权变领导理论/462组织效能评价理论/466组织发展理论/471双因素激励/477成就动机理论/480有效管理者理论/485管理决策理论/488经理角色/495

Z理论/502竞争战略理论/506学习型组织理论/513企业再造/521

<<做自己的管理顾问>>

章节摘录

(1)避免在东道国设立制造据点的成本。

(2)获取经济成本效益及位置经济。

即在集中的地区制造此产品，然后出口此产品到其他国的市场，企业可在其全球销售量上取得相当大的规模经济。

(3)关税障碍也会造成高风险。

2. 国际授权 国际授权是一种协议，被授权者以议定的费用买下在被授权者国家里制造某项企业产品的权利，然后由授权者出资负责海外营运所需的大部分资本。

授权的优势是企业不需承受开发的成本以及打开国外市场的风险，因此，授权对那些缺乏资本的海外企业就成了一个非常有吸引力的选择方案。

对一些不愿投入大量财务资源于一个不熟悉或政治风险高的外国市场的企业，授权也是个有吸引力的选择。

授权的劣势表现在：它无法让企业在外国严密控制制造、行销及策略性活动。

3. 特许权加盟 特许权加盟主要是服务行业所采用的策略。

特许者不需要去考虑协调制造者以取得经验曲线效果和位置经济。

特许方式通常是企业被特许加盟者授予有限的权利，让它使用企业的品牌，从而收取一笔一次付清的费用和分享被特许加盟者一部分利润。

然而，和大部分授权协议不同的是，被特许加盟者必须要同意遵守如何做生产的严格规定。

特别是在特许者不需负担开发成本和打开国外市场所需承担的风险方面，若用特许策略，服务业者可以在低成本情况下，迅速建立起全球据点。

特许加盟也有它的劣势，较明显的劣势是关于品质控制的困难。

4. 合资 合资是一种普遍采用的国际化战略，它可以使企业有效地获得合作伙伴的已有资本、实物资源、技术和管理技巧。

同时，该战略也可以扩展自己的销售能力，减少进入市场的阻力，树立防止潜在进入者的进入障碍。

另外，许多国家政治上的考虑使得合资成为惟一的可行方式。

因此，该战略可以非常有效地减少进入风险。

该战略的一个关键是如何选择合适的合作伙伴。

因此，在选择合作伙伴时需要考虑这几个因素：合作伙伴的合作动机；合作伙伴的文化；合作伙伴的经济实力与市场地位和合作伙伴与其母企业的一体化程度等。

这一战略也有其不足之处，即会有技术控制权让给合伙人的危险；无法使企业对自己的企业进行控制；在进行全球策略协调时也会面临较大的困难。

P35 企业作为一种学习型组织必须建立共同的愿景。

没有共同愿景就不会有学习型组织的存在。

其建设要点如下： (1)汇聚个人愿景。

借着汇聚个人愿景，共同愿景能获得能量和培养意愿。

有意建立共同愿景的组织，必须持续不断地鼓励成员发展自己的个人愿景。

(2)创造共同愿景。

在汇聚的基础上，下一步需要做的便是结合个人愿景创造共同愿景。

需要注意的是，共同愿景如果总是由高层宣布，或者组织制度化规划，这样的愿景往往是治标而不治本的。

事实上，有时它甚至无法在高层管理团体中激起一丝热情。

所以，有意建立共同愿景的领导者，必须乐于不断把自己的个人愿景与他人分享，并且尝试着询问别人：“你愿意跟我追求这一愿景吗？” (3)共同愿景必须融入企业理念之中。

共同愿景本身即是企业理念中的一部分。

若愿景与人每日信守的价值观不一致，不仅无法激发真正的热忱，还可能因挫败失望而对愿景采取嘲讽的态度。

<<做自己的管理顾问>>

(4)共同愿景必须得到大多数人的认可。

组织的共同愿景是组织内部各种各样的个人愿景经过交流、综合和协调后的最终产物。不管它最初是出自组织的高层，中层还是基层，最重要的是它一定要在每个阶层中交流过，得到大多数人的认可。

(5)企业领导必须起到重要作用。

企业领导在此过程中起着十分重要的作用。

高层管理者首先要有相当的决心、信心和耐心。

在开始的时候，会有许多人对此不信任、怀疑，甚至冷嘲热讽。

管理者不仅要做大量的解释说明工作，而且还要以坚定不移的实际行动来赢得人们的支持和理解。

领导者不仅要身先士卒地首先参与建立愿景，而且要有比以往更宽阔的胸怀去倾听、接纳不同的想法

。

<<做自己的管理顾问>>

媒体关注与评论

跨国公司中高层，大型私企老总管理实践中的160多个问题难题资深管理咨询顾问、企业培训专家多年实战经验开出的最佳药方。

我们期望能看到本书的每一个人，他们能够从顾问的思想、工具和方法中获益，或能够在工作中直接运用本书的部分方案。

我们相信，任何一个按照这些思想、工具和方法去解决管理问题的人，其实就是公司的顾问。

——作者寄语 善于解决问题的能力通常是缜密而系统化思维的产物，任何一个有才之士都能获得这种能力。

有序的思维工作方式和管理工具并不会扼杀灵感及创造力，反而会助长灵感及创造力的产生。

——埃森·拉塞尔 畅销书《麦肯锡方法》作者

<<做自己的管理顾问>>

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>