

<<以终为始>>

图书基本信息

书名：<<以终为始>>

13位ISBN编号：9787121076206

10位ISBN编号：7121076209

出版时间：2009-1

出版时间：电子工业出版社

作者：影响力中央研究院教材专家组

页数：176

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>

<<以终为始>>

前言

易发久是我的忘年之友，也是我众多弟子中最有德、有识、有才者之一。

一个老师最大的骄傲就是培养出让自己敬佩的学生，如今我可以无憾地说，我就是那个最幸福的老师。

发久聪明睿智、勇于探索、善于创新，常常让我赞叹、欣慰，在业内也是有口皆碑。

我自与他相识、相知以来，亲见他出版了一本又一本专著，主持了一个又一个培训盛会，结识了一代又一代才俊，培训了一批又一批学员，一次次将中国的培训事业推向高潮。

可以肯定地说，没有发久，中国的培训也会大踏步发展，但一定会落后一两年。

不要小看这一两年时间，在周围环境瞬息万变的时代，也许落后一步就要追赶几十年。

所以，发久对中国企业的发展，可以说是有功德的。

我是中国“文革”后最早从事培训工作的人之一，早在1977年就倡导并创办了全国第一所民办大学，在1986年又创办了全国第一个MBA班，亲眼目睹了中国培训业30多年的发展。

我百感交集，既欣慰喜悦，又惋惜痛心。

欣慰的是，越来越多的企业已认识到了培训的重要性，而且提供培训服务的公司也越来越多；惋惜的是，大部分培训没有达到预期效果，许多培训公司只是昙花一现即告凋零。

<<以终为始>>

内容概要

本书从目标管理的特质开始，继之以目标制定、目标分解、目标实施、评估反馈5大步骤、19种方法，理论系统地告诉管理者如何运用正确的方法和手段，有效推行目标管理，实现更好的管理成效。同时配以大量的表格和图示、工具、案例和思考，使本书更具实战性和可操作性。

<<以终为始>>

书籍目录

第1步 正确理解目标管理 方法1：从目标管理的特质下手 工具 目标管理表 案例讨论 目标与现实的差距 方法2：聚焦业绩提升 工具 绩效考评表 案例讨论 糕点公司的目标体系建设 方法3：关注员工潜能 工具 怎样选择合适的目标管理模型 案例讨论 关注员工潜能型目标管理 本章小结

第2步 目标制定 方法4：总体规划 工具 目标规划 案例讨论 某公司的目标管理制度 方法5：分析与选择 工具 目标检讨表 案例讨论 某公司的目标设立 方法6：确定目标 工具 目标责任书 案例讨论 服装店的目标体系制定 方法7：制定双向沟程序 工具 目标设定表 案例讨论 能力和期望的差距 方法8：避免“老鼠”会议 工具 管理者目标管理表格 案例讨论 沟通还是推脱 本章小结

第3步 目标分解 方法9：抓住目标分解的要点 工具 目标进度月度分解卡 案例讨论 五金器材制造商的目标分解难题 方法10：利用目标分解的有效工具 工具 行政部门的KPI指标 案例讨论 销售员的业绩指标 方法11：填制目标卡 工具 目标卡通用模板 案例讨论 目标卡的合理使用 方法12：管理进度 案例讨论 目标的偏离 本章小结

第4步 目标实施 方法13：执行目标 工具 目标控制表 案例讨论 目标的实施 方法14：跟踪目标 工具 跟踪工具 案例讨论 战略和实施的差距 方法15：检查目标 工具 目标检查记事簿 案例讨论 目标完不成的责任在谁 方法16：修正目标 工具 目标修正卡 案例讨论 完不成的任务 本章小结

第5步 评估反馈 方法17：对执行成果评估 工具 业务指标及完成情况汇总表 案例讨论 谁之过 方法18：用绩效评估 工具 绩效评估表 案例讨论 不同背景下的薪酬体系方针 方法19：绩效奖惩 工具 管理目标与落实情况表 案例讨论 绩效激励的负面效应 本章小结 后记 参考文献

<<以终为始>>

章节摘录

第1步 正确理解目标管理 目标管理是通过目标管理网络，层层分解下达目标，使任务到人、责任到岗的一种管理方法。

目标管理中的目标是由员工和下级部门在上级的协助下自己制定的，而不是管理者强加的。

目标的完成要靠员工自我管理，管理者只通过和员工一起协商制定目标完成的标准来检查、控制并追踪目标的完成情况。

目标管理的核心是让员工自己管理自己，自己当老板。

本章主要通过介绍目标管理的特质、业绩提升型目标管理、关注员工潜能这三种方法教大家怎样正确理解目标管理。

方法1：从目标管理的特质下手 本节要点 1.目标管理的含义 2.目标管理的6大威力
3.目标管理的流程、架构和常见误区 4.P-D-S循环 1.目标管理的含义 “目标管理”的概念是由管理专家彼得·德鲁克于1954年在其名著《管理实践》中提出的。

德鲁克认为，并不是有了工作才有目标，而是有了目标才能确定工作。

如果一个领域没有目标，这个领域的工作必然被忽视，所以“企业的使命和任务，必须转化为目标”。

当组织领导确定了组织目标后，必须对其进行有效分解，转变成各个部门以及各位员工的分目标。

管理者根据分目标的完成情况对下级进行考核、评价和奖惩。

目标管理的核心是：建立一个企业的目标体系，全体员工各司其职、各尽其能，推进组织目标的达成。

在一个企业的目标体系中，总经理、部门经理、车间主任都有各自的目标，目标虽然各不相同，但都和企业整体目标息息相关。

也就是说，企业整体目标的实现有赖于各部门目标的顺利实现。

<<以终为始>>

媒体关注与评论

这套影响时空管理丛书具有很强的操作性和很高的应用价值，对于广大企业管理者来说，是一套不可多得的工具书。

——国家人力资源和社会保障部中国人事科学研究院副院长 吴德贵 中坚丰管是企业中连接战略层和操作层的核心纽带，是打造一流企业执行力的中坚力量，因此如何培养、管理这些中坚主管是企业关注的重点。

这套中坚主管系列的问世，给我们提供了方法和路径，让企业在培养自己管理团队上做到有的放矢。

——蓝色畅想图书发行有限公司人力资源部副经理 王治 这套中坚主管系列中的上百个案例、近百种工具正是我们所需要的。

这是一套真正了解企业中层管理者及其培训需求的丛书，理论联系实际，行动就有收获。

——计算机世界集团北京时代计世资讯有限公司咨询总监 许卫国 这套中坚主管系列是一套部门经理的工具全书，之所以称其为全书，是因为它将管理中的6个关键职能分别编撰成6本书，这6本书是部门经理的必备参考书。

——中青旅山水酒店投资管理有限公司连锁管理部培训经理 孙士祥 虽然许多写给部门经理的图书在不断推出各种新的理念，但这套中坚主管系列将一段时期内的经典理论反复验证并串联成珠，同时辅以较为精当的配套管理工具，此点难能可贵。

相信您的选择，选择该系列会让您有意想不到的收获。

——苏宁电器北京丽泽桥店现场客服 赵东 这套中坚主管系列不仅是企业管理教材，而且蕴涵了影响力教育训练集团10年管理教育培训的厚积沉淀和3年的研发成果，堪称经典之作。

——华点通教育科技有限公司高校事业部经理 崔文远

<<以终为始>>

编辑推荐

围绕促销员所具备的综合素质以及铺货、促销氛围、促销手段选择等促销准备工作的情况，对是否正确探测出顾客的真实需求，介绍、演示产品的方法是否正确，对顾客异议的处理，对成交信号、方法的掌握等，进行了系统全面的介绍。

工具化、本土化、实战化、系统化让您的职业生涯从此发生实质性改变。

学管理，而不是管理学 40%学完能用，40%明天能用，20%将来能用 影响时空管理丛书
由影响力训练集团组织十几位专家、几十位学者、上百位培训界精英历经三年时间精心创作，内容注重实战，以解决企业管理实际问题为导向；论述深入浅出，通俗易懂；工具多、方法多、案例多，且经过多轮培训课程使用并经过多次修订，受到各层次管理者的欢迎和好评。

<<以终为始>>

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>