<<薪酬管理>>

图书基本信息

书名：<<薪酬管理>>

13位ISBN编号：9787300127712

10位ISBN编号：7300127711

出版时间：2010-11

出版时间：中国人民大学出版社

作者：曾湘泉 编

页数：265

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>

<<薪酬管理>>

内容概要

本书是全面阐述薪酬管理基本原理和具体技术的一本教材，具有以下特色：

- 系统性：对战略、职位、能力、市场、绩效、福利、预算、外部环境等与薪酬的关系进行了全面、系统和深入的阐述。

- 实用性：关注薪酬设计的具体方法，突出薪酬管理的应用技术，结合了作者多年的管理咨询经验，内容丰富且实用。

- 前沿性：包含国内外最概的薪酬管理理论研究成果和操作技术。

<<薪酬管理>>

作者简介

曾湘泉，经济学博士，中国人民大学劳动人事学院院长、教授、博士生导师。

1998-1999年度美国富布莱特项目高级访问学者。

美国薪酬协会国际会员。

兼任中国劳动学会副会长、中国劳动学会劳动科学教育分会会长、中国劳动学会薪酬专业委员会副会长。

2006年荣获“北京市有突出贡献的

<<薪酬管理>>

书籍目录

导论 第1节 薪酬和薪酬管理 第2节 本书章节内容 复习思考题 附录：薪酬理论的新发展——总报酬模型及其在中国的运用第1章 战略与薪酬 第1节 组织战略 第2节 薪酬战略 第3节 薪酬战略与组织战略的匹配 本章小结 复习思考题 案例：A公司基于战略的薪酬体系设计第2章 职位与薪酬 第1节 职位薪酬概述 第2节 职位分析 第3节 职位评价 第4节 职位薪酬的水平、结构与调整 本章小结 复习思考题 附录I：海氏三要素评估法 附录2：IPE职位评价系统 附录3：全球职位等级系统第3章 能力与薪酬第4章 市场与薪酬第5章 绩效与薪酬第6章 长期激励第7章 福利与薪酬第8章 预算与薪酬第9章 外部环境与薪酬

章节摘录

第1章 战略与薪酬 一个好的薪酬设计，可支持组织战略，能承受环境的压力，帮助组织赢得竞争优势。

从战略高度而不仅仅在技术层面上思考薪酬管理已经成为现代人力资源管理的必然趋势。

在本章中，首先回顾了组织战略的一些基本知识，通过对战略管理理论演变的梳理，理解和明确薪酬管理对组织战略的重要意义；其次，探讨了什么是薪酬战略，薪酬战略包括哪些战略性的决策内容，构建薪酬战略需要考虑组织内外哪些重要因素的影响；最后，探讨了组织战略与薪酬战略之间的整合和匹配。

本章内容具有承上启下的作用，它既是战略管理的延伸，又是薪酬管理的核心；既是宏观薪酬的总结，又是微观薪酬的统领。

第1节 组织战略 要理解组织战略与薪酬的关系，首先需要回顾组织战略的一些基本知识和理论。

在这一节中，我们通过了解战略的本质、分类及战略管理理论的历史演变，明确人力资源与薪酬战略对组织战略的重要意义。

一、战略的概念 著名的战略管理大师亨利·明茨伯格认为，人们对战略的认识，就如同盲人摸象。

每个人都紧紧地抓住战略的某一部分，同时对认识不到的其余部分则是一无所知。

明茨伯格在总结了战略发展的历程后，认为战略至少有五种定义：战略是一种面向未来的计划（plan）、方向、指南，是通向未来的前进路线、由此及彼的途径；战略是从以往经验中总结出来的一种模式（pattern），即长期行动的一致性；战略是一种定位（position），即特殊产品在特殊市场的定位；战略是一种观念（perspective），即一个组织做事的基本方式、企业理念；战略就是策略（ploy），即为了击败反对者或竞争者而采用的特定的计谋。

二、战略的层次 战略在组织内分为不同的层次。

一个业务多元化的公司至少存在着三个不同层次的组织战略：公司战略（corporate—level strategy）、业务单位战略（business unit strategy）以及职能战略（functional strategy）。

公司战略关注的是公司的整体目标和活动范围，它可能包括公司的覆盖地域、产品和服务多样化，及如何将资源配置给公司各个不同的业务单位等。

公司战略的一个基本类型是多元化战略，即组织必须决定它想要进入何种行业以及在多少种行业中展开经营。

例如，通用电气公司选择在多个产品市场中经营，包括塑料、照明、电器用品、医药行业以及娱乐业等。

但在美国，大多数“的公司都实行主营业务集中的战略，像麦当劳仅从事汉堡快餐，而波音公司从事飞机制造。

业务单位战略又称为竞争战略或者经营战略，即在组织决定进入何种产品市场之后，它还必须决定如何在特定产品市场中展开竞争。

通常的竞争战略有成本领先、差异化和目标集聚三种。

成本领先战略是以最低的成本提供为客户所接受的产品或服务。

差异化战略要求向具有独特需求的顾客提供与众不同的产品。

目标集聚战略寻求在一个相对集中的竞争领域或细分市场中的成本领先或差异化，以获得竞争优势。

另外一种关于竞争战略的分类是由迈尔斯和斯诺（Miles&Snow，1978）提出的，他们将竞争战略分为前瞻者、防御者和分析者三种。

前瞻者通常试图成为产品或服务创新引入市场的第一人，期望抓住吸引新顾客的先发优势。

防御者倾向于留在同一行业和产品线中，不断提炼、改进生产和营销流程以实现更低的成本，保持盈利。

分析者处于上述两者之间，它们扫描环境以发现新产品和新工艺流程（往往由前瞻者开发），随后致力于比最初创新者更有效率地进行生产。

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>