

<<管理学知识全知道>>

图书基本信息

书名：<<管理学知识全知道>>

13位ISBN编号：9787560980041

10位ISBN编号：756098004X

出版时间：2012-8

出版时间：华中科技大学出版社

作者：静涛

页数：297

字数：330000

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>

<<管理学知识全知道>>

内容概要

社会在交流中不断融合，各学科之间相互渗透。

管理学也逐渐与经济学、哲学、社会学、心理学、数学等各种学科不断融合，管理研究的层次在不断进步，管理理论也在不断完善和发展。

但更多的时候，人们需要的只是能够实际操作的、简便的、高效的组织管理原则。

企业的管理涉及人力资源、财务、组织、生产经营等各个方面，《管理学知识全知道》介绍了企业管理的常识、战略决策、制度执行、成本利润、识人用人、市场营销、权利使用、团队精神、企业创新、企业文化等方面。

《管理学知识全知道》具体阐述了企业管理人如何更好地管理企业，为读者展现了全新的管理知识大全。

本书由静涛主编。

作者简介

静涛畅销书作者，硕士学历，在管理学领域、社会学领域、经济学领域皆有不凡建树。出版有《一分钟百万富翁》《思路决定出路》《性格决定命运的秘密》等图书，作品深受读者欢迎。

<<管理学知识全知道>>

书籍目录

管理常识篇——从头开始学管理，循序渐进入佳境

第1章 管理学原理和简史

什么是管理

管理的职能

管理的性质

管理的作用

管理的基本原理

管理的基本方法

几种常见的管理方式

简单多元的管理方式

管理对象引发的哲理

管理学的历史演变

第2章 简单有效的管理学定律

波克定理

波特定理

洛伯定理

彼得定理

250定律

木桶定律

拖利得定理

爱德华定理

鲁尼恩定律

达维多定律

不值得定律

格瑞斯特定理

艾奇布恩定理

麦克莱兰定律

第3章 简单有效的管理学法则

沃尔森法则

生态位法则

王永庆法则

威尔逊法则

阿什法则

热炉法则

快鱼法则

南风法则

秋尾法则

横山法则

特里法则

战略决策篇——战略指引未来，决策决定航向

第4章 好的发展是为未来作准备

准确把握未来的市场需求

稳定今天，把握明天

眼光长远才能成功

远景目标是企业长久的竞争力

<<管理学知识全知道>>

第5章 如何作出英明的决策

框架是成功决策的关键

提高决策的准确度

合理地制定有效决策

决策过程中的三种方法

第6章 多谋善断与运筹帷幄并存

决断时应以个人为基础

头脑风暴式的群体决策方法

决策智囊团的妙用

不要强求最好的决策

决策也要有个性

决策时注意欲速则不达

信息研究不充分导致决策失败

制度执行篇——制度是企业的守护神，执行是制度的发动机

第7章 制度是基业长青的守护者

规章制度是管理的法宝

制度是企业成功的基石

伟大的制度成就伟大的企业

第8章 制度是为管理服务的

制定制度的五大步骤

制度面前人人平等

制度是让人遵守的

制度的惯性

修路理论与制度建设

第9章 执行力是管理者的必杀技

没有执行力就没有竞争力

以制度为准绳，执行不折不扣

员工执行力决定企业生命力

群策群力，高效执行

卓越的执行使企业永葆青春

成本利润篇——精打细算控成本，多管齐下抓利润

第10章 企业要以成本为中心

不把收入浪费在无成效的成本上

聚焦发展与不作任何浪费并存

成果和成本是反比关系

控制成本需要全面考虑

降低成本是一个长期策略

第11章 利润不是企业的首要目的

企业需要把盈利放在首位

高利润率是诱惑的陷阱

省钱就是最好的挣钱

资源配置要着眼于未来的利润

市场营销篇——在市场中求生存，在营销中图壮大

第12章 管理者如何成功营销

营销的最高境界就是消除推销

企业要找到自己的市场地位

企业要有畅通的销售渠道

<<管理学知识全知道>>

做出合适的价格定位

迎合顾客的懒惰心理

占领顾客的心智资源

第13章 客户永远是对的

及时强化服务理念

服务也是一种营销

用户永远是对的

简单就是服务的真理

建立健全的投诉机制

第14章 畅销产品背后的智慧

文化营销很给力

营销也可以感性化

企业要学会概念营销

营销中的色彩学问

将差异化营销进行到底

营销也讲究绿色环保

识人用人篇——找对人做对事，用准人成大事

第15章 寻找好员工的方法

找对人才能做对事

招人“三步法”

招聘时的八大注意事项

企业要不断更新招聘策略

第16章 管理要把人放在第一位

管理从尊重人开始

敢用比自己优秀的人

善于激发下属的潜能

不要频繁地更换下属

不轻易向下属许诺

第17章 用合适的人做合适的事

坚持宁缺毋滥的原则

善于发掘员工的长处

恰当位置放恰当的人

宽严相济的用人方法

用人不疑，疑人不用

权力使用篇——权力牵一发动全身，善用者受益，误用者受害

第18章 成功授权的好方法

授权的重要意义

管理者要勇于授权

授权的几项内容

授权不可以过度

授权的注意事项

授权要有监督措施

第19章 权力要能够收放自如

走集权与分权的中庸之道

放权集权，一张一弛

弹性管理，放好风筝牵好线

第20章 善于发挥权力的影响力

<<管理学知识全知道>>

以德服人的威力

善于运用权力

善于巩固权力

用威信影响每一个人

充分利用自己的影响力

团队精神篇——各自为政一加一小于二，并肩作战一加一大于二

第21章 成功靠团队不靠个人

团队精神大于个人力量

团队作战，企业必胜

“狼性”——企业应具备的精神

第22章 培育员工的团队精神

为团队确立明确的目标和愿景

激发全体员工为使命而工作

增强团队成员的集体荣誉感

培育团队成员的奉献精神

第23章 打造优秀的合作团队

建立优势互补团队的策略

如何营造优秀的团队文化

加强团队培训力度

让成员广泛参与团队建设

绩效激励篇——绩效就是王道，激励价值百万

第24章 管理者的绩效考核

绩效管理的概念

绩效管理的五大性质

绩效考核的六个要点

绩效考核八大常用方法

绩效管理的基本流程

如何设计绩效指标

第25章 如何更好地评价员工

建立同一立场的思维方式

业绩评估最好面对面

评估体系越简单越好

全视角的绩效评价更合理

一分为二地看待年度工作评估

第26章 适当激励，授人以渔

关心员工从点滴做起

情感激励，从心开始

通过晋升激励员工

晋升激励的具体步骤

薪酬激励，最有效果

让员工感到“有奔头”

激励员工不能光靠金钱

创新变革篇——创新能够呼风唤雨，变革可以绝境重生

第27章 创新是经营的第一策略

创新就是生产力

核心能力的重要性

技术创新是企业发展的动力

第28章 没有创新，就没有生存

打破教条的禁锢

突破障碍

换一种思路去思考

建立弃旧图新的思维模式

开拓员工的创新思维

知识创新的三大动力

创新活力的六大规则

章节摘录

现代企业管理的基本原理是大量管理经验的升华，是对管理活动基本规律的高度概括和总结，它是管理科学的一切具体理论、原则和手段的理论基础。

因而，掌握现代管理的基本原理，对做好企业管理工作具有普遍的指导意义。

现代企业管理的基本原理主要有以下八种。

1.动力原理 管理必须有强大的动力，只有正确运用动力才能使管理活动持续而有效地进行下去，这就是管理的动力原理。

动力原理能够使管理得以有序地运动起来，并能按预定的规律不断运动。

在现代企业的管理中，管理动力具有以下三种基本类型。

(1) 物质动力。

物质动力不是单纯的物质鼓励，还要讲究经济效果。

必要的奖金，及时给员工升职加薪等物质鼓励是现代管理的有效杠杆。

如果忽视物质动力的作用，管理活动就不能正常进行。

企业管理需要物质动力，但物质动力也不是万能的，物质动力使用不当也会产生副作用。

(2) 精神动力。

精神动力包括授予奖状、光荣称号等精神鼓励，还包括日常的思想教育工作。

精神动力不仅可以弥补物质动力的缺陷，而且在特定情况下可以成为决定性动力。

精神动力是调动人的积极性的重要动力，授予光荣称号，颁发奖章、奖状，宣传光荣事迹，表扬先进等均对人们有很大的鼓励作用；从行为科学角度来看，人不但要有物质享受，还应有精神享受。

随着物质生活水平的提高，精神需要正逐渐成为某些人的主导需要。

管理者应该因势利导，尽可能地满足他们的精神需要，以充分调动他们的工作热情和积极性。

一般地说，精神鼓励比物质鼓励对人的进取心、责任感、事业心、荣誉感、求知欲、献身精神等的激发作用更大，维持时间更长。

思想政治工作的任务是调动人的积极性，坚定、鼓励和激发人们改造客观世界的信念、热情、毅力和斗志。

做好深入细致的思想政治工作是增强管理精神动力的基础。

在现代企业管理中，我们仍然要充分发挥思想政治工作的作用，不能再有什么怀疑和反复。

(3) 信息动力。

有关知识、资料、消息、新闻等都可以成为信息动力，甚至爱好、志趣、好奇心等也是一种信息动力，一条激动人心的消息报道也会成为某些人前进的动力。

可见信息也能成为一种动力。

在小生产的情况下，信息量很小，信息在管理中的重要性显示不出来；而在现代化社会大生产的情况下，没有信息传递的科学管理是难以想象的。

20世纪是以信息的生产与转换为重要特征的时代，信息渗透到社会生活的各个方面。

信息化的社会对现代管理提出了许多新的要求。

现代企业本身就是一个信息系统，既有外界信息的不断输入，又有企业自身信息的不断输出。

如果企业不能及时地从外部环境接收社会、经济、文化、科技等方面的最新信息，企业内部就不能协调运转，因而就不能适应环境，势必失去生存的能力。

这就是信息的力量。

应该指出，企业在运用信息动力时，要注意信息量的适度。

适当的信息可以成为促进个人与组织发展的动力，但如果信息量过多，可能会导致行动的无所适从。

在管理系统中，三种动力同时存在，但在不同的条件下，对不同的对象，三种动力又各有侧重，如何综合运用这三种动力，且运用得当，则是管理的艺术，也是管理的难点。

现代企业管理者要明察秋毫，根据管理对象的差异与变化，正确处理个体动力和集体动力、眼前动力与长远动力以及三种动力的适当“刺激量”。

<<管理学知识全知道>>

运用这三种动力只是手段，目的是要保持企业的活力，达到企业的目标。

2. 整分合原理 现代管理要求高效率的工作必须在整体规划下明确分工。

在分工的基础上进行有效的综合，这就是管理的整分合原理。

整体观点是整分合原理的大前提。

如果不充分细致地了解整体及其规律，在此基础上的分工必然混乱而盲目。

因此管理者的责任在于从整体要求出发，根据明确的分工而确定的工作规范来检查执行情况，处理发生的问题和考虑发展措施。

没有分工的整体构不成现代有序的系统，没有分工的协作就会形成低效率。

协作是以分工为前提的，没有合理的分工也就无所谓协作。

只有在合理分工的基础上，组织严密有效的协作，才是现代科学管理。

因此，要真正做好工作，提高工作效率，科学合理的分工是十分重要的。

但分工并不是现代管理的终结，分工也不是万能的，它也会带来许多新问题，分工的各个环节，特别容易在生产的时间和空间、产品的数量和质量等方面相互脱节。

因此，必须进行有效的组织管理，协调各个环节，有计划、按比例、综合平衡发展，才能创造出真正高水平的生产力。

这就是有分有合，分而后合。

如果只分工而不进行有效的组织管理，其效率就不会高。

P6-8

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>