

<<绩效管理>>

图书基本信息

书名：<<绩效管理>>

13位ISBN编号：9787564202477

10位ISBN编号：7564202475

出版时间：2008-8

出版时间：上海财经大学出版社

作者：贺小刚 编

页数：269

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>

<<绩效管理>>

前言

从企业价值创造的过程来看,管理学的研究对象至少应包括三个层次,即战略管理的宏观层面、人力资源管理和营运管理等微观层面,以及处于两者之间的中观层面。

中观层面的内容即为绩效管理的研究范畴,但由于以下原因,严格意义上讲,“绩效管理”目前还不是一个比较成熟的学科:

(1) 分析单元的模糊不清。

早期绩效管理的研究者主要关注的是企业员工的生产效率,这实际上是人力资源管理的主要研究内容,所以至今仍旧有不少学者将绩效管理作为人力资源管理理论的一个分支;后来绩效管理理论将组织效率作为主要研究内容,这实际上又是战略管理理论所研究的主要问题。

人力资源管理、战略管理、财务学等不同的学科都从自身角度来看待绩效管理这一主题,它们对什么是有效的、有价值的知识以及怎样积累、理解和评估这些知识都有自己独特的观点。

如果绩效管理理论仅仅以员工个体或者组织作为分析单元,这就很难建立属于自己的学术领地。

近来,很多学者开始同时从组织层面的绩效与员工个体层面的绩效两个角度对绩效管理的内容进行阐述,诸如平衡计分卡、全面计分卡等都是比较经典的绩效管理模型,但这似乎仍旧解决不了分析对象模糊不清的问题;一些学者还建议可以从企业的经营活动来构建绩效管理模型,如基于活动的盈利能力分析(Action-Based Performance Analysis)模型就很具有代表性,不过目前该模型的有效性还没有得到充分的检验,并且也无法确定绩效管理理论是否还存在一个更好的替代性分析单元。

(2) 应用性还是理论性的问题。

绩效管理文献的一个最显著的特征可能就在于它的应用性。

有学者明确地指出,绩效管理不是一个理论,而是一个实践性的工具,它只是告诉我们应该做什么、如何做、如何减少风险。

许多的绩效管理研究文献往往只涉及某一特定的绩效管理工具或技术的运用。

<<绩效管理>>

内容概要

《普通高等教育“十一五”国家级规划教材：绩效管理》是“普通高等教育十一五国家级规划教材”之一，全书共分13个章节，主要对绩效管理的知识点作了介绍，具体内容包括企业的性质与价值管理、绩效指标的权重与标准的设计、绩效考核的基础工作、绩效沟通与反馈策略、绩效信息收集与文档管理等。

该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

<<绩效管理>>

书籍目录

序言第一篇 基本原理第一章 企业的性质与价值管理第一节 理解企业的性质第二节 企业目标与价值管理第二章 绩效与绩效管理第一节 企业绩效第二节 绩效管理概述第三节 绩效管理系统的设计第四节 绩效管理的几种经典方法第二篇 绩效指标第三章 绩效指标及设计方法第一节 绩效指标的作用与类别第二节 指标设计的基本概念第三节 员工绩效指标设计的程序与方法第四节 关键绩效指标体系的确定第五节 空白地带与关键绩效指标设计第四章 绩效指标的权重与标准的设计第一节 设计绩效指标权重的功能第二节 绩效指标权重的设计原则第三节 绩效指标权重的设计方法第四节 绩效标准的确定第三篇 绩效实施的过程与基础第五章 绩效管理计划的制订第一节 绩效管理计划的作用与分类第二节 绩效目标的确定第三节 绩效目标考核周期的确定第六章 绩效考核的基础工作第一节 什么是绩效考核第二节 绩效考核专题会议第三节 绩效考核者的选择第七章 绩效考核的技术与方法第一节 绩效考核方法概述第二节 绩效考核的特性法、行为法与结果法第三节 绩效考核的比较法第四节 绩效考核方法的选择第四篇 绩效改进策略第八章 绩效沟通与反馈策略第一节 绩效沟通和反馈的必要性第二节 绩效管理的沟通模式第三节 绩效管理的沟通技巧第九章 考核结果的整理与应用第一节 考核结果的整理与分析第二节 考核结果的应用第十章 绩效考核过程中的失误与处理第一节 影响绩效考核效果的管理因素第二节 绩效考核者的误区与控制第三节 绩效考核者的素质培训第十一章 绩效持续改进方案第一节 绩效持续改进的步骤与方法第二节 员工绩效的持续改进第三节 绩效持续改进的系统化工具第五篇 绩效管理的组织工作第十二章 绩效信息收集与文档管理第一节 绩效管理的基础工作：信息收集第二节 绩效信息收集的策略第三节 绩效信息的档案管理第十三章 绩效管理的组织分工第一节 绩效管理的组织设置第二节 绩效管理中的职责分工参考文献

章节摘录

第一篇 基本原理 第一章 企业的性质与价值管理 第二节 企业目标与价值管理 (一)
谁的目标代表了企业的目标 现在许多学者认为企业的目标在于获取持续的竞争优势。
所谓竞争优势会出现以下三种情况：如果企业利用资源创造的经济价值刚好等于资源所有者期望的价值，则意味着企业在市场竞争中处于一个对等的局面；如果企业利用资源创造的经济价值小于资源所有者期望的价值，则意味着企业在市场竞争中处于一个劣势的局面；如果企业利用资源创造的经济价值大于资源所有者期望的价值，则意味着企业在市场竞争中处于一个比较优势的局面。
在第一节已经论述了企业是由各种不同资源所组成的一个集合，这些资源包括财务资本、人力资本、企业家才能、技术才能及其他物质资本。
实际上这些资源背后都有一个所有者，比如财务资本是由资本家投入的，人力资本是由雇员提供的，企业家才能专属于企业的管理者，技术专长是由技术工作者供给的，等等。
这些资源所有者投入专有的资本或资源到企业中，存在一个期望的回报，如果他们不满意此回报则势必会选择退出这个企业，即“撤资”。
如此，企业组织也就自然解体了，所以企业的经营目标就是要创造出高于这些资源所有者所期望的价值，以维持企业的生存和发展。
但有关公司的目标到底是追求投资者价值最大化，还是追求利益相关者的利益均衡，这是一个至今在理论界和实践界仍旧争论不休的问题。
它涉及企业理论至关重要的主题，即企业归谁所有，是敢于冒险的投资者，负责经营的高层管理者，参与生产与研究开发的关键性员工，还是其他经济主体？这个问题没有解决就意味着管理服务的对象是不明确的，也就很难确定有效的绩效管理体系。

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>