第一图书网, tushu007.com

<<人事经理工作手册>>

图书基本信息

书名：<<人事经理工作手册>>

13位ISBN编号：9787806995808

10位ISBN编号：7806995803

出版时间：2006年1月

出版时间：哈尔滨出版社

作者：吴振兴

页数：383

字数：350000

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

内容概要

本书的主要目的，不是提供具体问题的答案，而是提供具有普遍意义的工作思路。
实际上，所有管理问题都不是只有唯一正确的处理办法。
解决问题的途径是多种多样的，关键在于是否具有解决问题的合理途径。
　按照上述思路，结合企业实际，本书写作特别注意两个方面：一是从实践需要出发，从如何以人力资源支持企业经营管理全局需要出发，说明人力资源管理的运行规律，而把各种方法技术纳入运行体系中来说明，从而强调人事经理的工作特点；二是从学习需要出发，在浩繁的人力资源相关知识中，进行选择与裁剪，以人力资源管理具体流程为主线，加经特定的整合与表述，使之尽可能脉络清楚，便于把握。

作者简介

吴振兴，中国人民大学经济学博士，管理学博士后。
从事管理研究与实践工作十余年。
为数十家特大型国有企业和多家大型民营企业做过管理咨询服务，并为它们的中层管理人员做地业务培训。

出版著作有《管理的游戏规则》、《中国企业做大的10种模式》、《中国企业做强的9种方

书籍目录

第一章 找准位置做对事-人事经理的角色定位 第一节 责无旁贷的工作任务　人事经理的职能　人事经理的权限　人事经理的任务 第二节 必须具备的素质技能　健全的知识结构　良好的职业素养　完备的工作能力　卓越的领导技巧第二章 勾画完美导航图——人力资源规划与设计 第一节 设计高效能的组织结构　组织结构设计　职能设计　管理幅度和层次设计　岗位设置与评价 第二节 环环相扣的工作分析　遵循严格的分析程序　选择最适当的分析方法　职务说明与要求细则 第三节 优化配置的工作设计　掌握工作设计的时机　符合工作设计的要求　选择工作设计的形式 第四节 步步为营的人力资源规划　明确地提出任务　客观地了解情况　科学地进行决策　合理地编制规划　认真进行评估 第五节 严密控制与监督　确定评价指标　绩效监控　纠正偏差　控制程序　编制预算　……第三章 找到属于你的那棵树——人员招聘与配置第四章 塑造精英化人才——人员培训与开发第五章 修炼高效能团队——绩效评估与管理第六章 以诚薪换真心——薪酬设计与管理第七章 管理：以人为本——员工关系管理

章节摘录

制作有效的招聘广告　对应聘者来讲，招聘广告就是他初步了解到的招聘企业的全部信息。作　为吸引人才“眼球”、展现企业实力与形象的第一扇窗，招聘广告的优劣将　直接关系到企业招聘的数量与质量，所以，人事经理在制作招聘广告时一定　要慎重。
在草拟之前，人事经理应先分析一下同行业其他企业的招聘广告。
需要留意的是这些广告中关于企业介绍、薪酬待遇、社会福利，培训机会及　个人发展方面的一些内容，且不论招聘广告的设计风格如何，至少在内容上　要保证比其他公司更具有吸引力。
一则有效的招聘广告至少应该包括以下几部分：　*简单介绍公司情况。
人事经理在招聘广告中应该以简洁的语言突出公　司最具有特色和吸引力的内容，在广告中最好能突出公司的标识，并提供公　司的网址，以便让看到广告的人浏览公司的网页以获取更进一步的信息。
这部分的内容重在言简意赅，特色鲜明。
有关专家研究了成千上万的招　聘广告后发现，展现公司标志和使用创造性表现手法的广告可以吸引到最多　的求职者。
其中比较出色的典型例子是：　创建于1946年的Sony公司是世界视听领域中硬件、软件的主要研发和生　产企业。
Sony以“创造前人未涉足的、能够实现人们梦想的产品”为企业经　营理念，在以数字技术为基础的多媒体时代，以“Digital Dream Kids”为　口号，致力于创造实现人类视听享受新梦想的产品。
*详细介绍职位情况。
招聘广告中对职位的介绍通常包括职位名称、所　属部门、主要工作职责、任职资格要求等等。
人事经理在起草招聘广告时参　考以下职务说明书会比较有帮助，但要注意的是招聘广告中的职位情况介绍　应该从应聘者的角度出发，以对方能够理解和感兴趣为标准，切不可照搬职　务说明书。
*明确应聘者需准备的材料。
人事经理在招聘广告中应该注明应聘者需　准备哪些材料。
例如中英文简历、学历学位证书及复印件、资格证书及复印　件、身份证、照片等，以及提供薪金要求等信息。
*注明应聘方式和联系方式。
由于应聘方式大多采用将简历和应聘材料　通过信件、电子邮件、传真发送到招聘企业的方式，因此需要人事经理在招　聘广告中提供企业的通信地址、传真号码或者电子邮件地址，一般情况下不　必提供电话号码。
另外，在招聘广告中还应该提供应聘的时间范围或截止日　期。
有些人事经理在制作招聘广告时，由于招聘经费有限或其他原因，往往　会省略某项内容或对某些部分的内容不明确说明或说得十分笼统模糊。
这样　做的风险是很大的，一则它可能有损招聘企业在求职者心目中的形象，从而　导致吸引不到足够数量和质量的求职申请；二则由于语焉不详，反而可能增　大招聘工作的成本。
例如下面这则招聘广告：　××有限公司因业务需要，现诚聘：业务经理2名。
要求：　大学本科，限男性　4年以上销售经验　计算机、英语水平良好　有意者请把简历寄至：北京市××有限公司人力资源部。
从这则招聘广告中，我们至少能发现三个方面的问题。
首先，缺少内容　，比如公司情况简介、职位介绍等等；其次，对应聘者的要求含糊不清，比如“计算机、英语水平良好”表述不够具体；最后，联系方式不详，只有公　司名称而没有地址、邮编、传真号码、电子邮件地址等信息。
除此之外，人事经理在制作招聘广告时还要保证招聘广告内容的客观真　实性，否则要对虚假广告承担法律责任。
招聘广告中涉及的对聘用人员的劳　动合同、薪酬、福利等政策必须能够兑现。

招聘广告制作完成之后，人事经理就应该迅速发布，同时还要符合以下的要求。

*发布面广。

发布招聘广告的面越广，接收到该信息的人就越多，应聘的人也就越多，人事经理招聘到合适人选的概率就越大。

*发布及时。

在条件许可的情况下，人事经理应该尽量早地将招聘广告向外发布，这样有利于缩短招聘进程，节约招聘成本。

*发布对象准确。

由于企业招聘的人员大都处于社会的某一层次，因此，人事经理要根据招聘岗位的特点，向特定层次的人员发布招聘信息。

一般来说，发布招聘广告的渠道主要有报纸、杂志、电视、电台、网络和新闻发布会等。除以上主要渠道外，人事经理还可以采用口头的、非正式的方式传播企业的招聘信息。这种方式的费用最低、速度较快，但信息的覆盖面较窄，一般在劳动力市场上明显供大于求而且招聘层次不是很高时可以选用这种形式。

上面介绍的这些招聘广告发布渠道都有各自的优点和劣势，人事经理应该按照企业的不同招聘需求和成本控制要求来选择，以求达到以最小的成本取得最好的效果的目的。

P98-P101

媒体关注与评论

这是一套对企业管理人员职能业务规范化，将规律性与可操作性完美结合的丛书。

——中国企业联合会、中国企业家协会副理事长　潘承烈　　二十余年中国企业管理的实践证明，完全依赖西方管理模式是自杀式行为，依赖中国式管理的潜规则是毁灭性的行为。
只有将中西方的管理理论经验与实践完美地结合起来，才能出色地管理好中国的企业，《管理之星·中国经理人工作手册丛书》就是这样的一套丛书。

——亚洲著名应用管理学专家　王文良　　现在广大企业管理人员急需一套专业水平高、实战操作性强的标准工作手册：〈管理之星·中国经理人工作手册丛书》根据中国企业管理发展的特点，规划出一套完善的企业组织内部的管理体系和精细的管理流程，能帮助企业中各个部门的管理者全面提高专业工作能力，从而提升企业的整体竞争实力。
我认为该丛书是培养现代职业经理人的优秀教材。

——北京市管理科学院院长、研究员　马仲良　　随着企业管理工作的进一步深入，对各个阶层和不同岗位的管理者的要求也进一步提高，〈管理之星·中国经理人工作手册丛书》就是专为中国企业各层级的管理人员撰写的工作手册，适用于中国企业目前的发展水平与所面临的现状，同时与国内外最新的政策与理念同步，为企业界和商业界读者提供了较为翔实、可靠的资料和清晰明确的工作指导。

——〈经济日报》资深编辑　梁沂宾

编辑推荐

人事经理所充当的是一个什么样的角色？
人力资源的规划与设计怎样才算合理？
人员招聘与配置如何有效进行？
……本书为你讲述人事经理的日常工作要点。
著名管理专家潘承烈、王文良、梁沂宾、马仲良等联袂推荐！
这是一本关于人事经理管理的圣经。
本书是“管理之星·中国经理人工作手册丛书”中的一本，从人力资源管理工作实践的问题出发，有针对性地阐明企业人力资源管理的实用方法与技术，在这个过程中，致力于建立一套合理的问题解决思路，把方法技术纳入制度体系之中，为实现具体的工作目标服务。
该书系统专业，实战操作性强，是广大企业人事管理人员尤其是职业人事经理人的理想参考书。

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