

<<系统管理与企业战略>>

图书基本信息

书名：<<系统管理与企业战略>>

13位ISBN编号：9787810123532

10位ISBN编号：781012353X

出版时间：1993-04

出版时间：北京航空航天大学出版社

作者：陈良猷

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>

<<系统管理与企业战略>>

内容概要

内容简介

本书阐述了管理学及系统管理理论；企业外部环境分析与战略；目标管理；组织机构设置与人员配备；企业素质；科学技术发展与新产品开发的全过程管理；国内外、近期值得注意的管理发展动向与管理比较研究。

本书力求理论与实际相结合，有利促进管理改革深化，学习和借鉴国外成功的并适用于我国有实用价值的理论、观点、思路、方法，并探讨未来管理的发展方向。

除可供高等

院校管理专业研究生、本科生作教材外，也是各类领导干部与管理人员培训和自学的教材。

<<系统管理与企业战略>>

书籍目录

目录

第一章 管理概念和面临的难题

第一节 管理的实质

- 一、管理的一个重要特征
- 二、管理的重要任务
- 三、管理的重要目的
- 四、管理的核心
- 五、管理的性质

第二节 企业管理面临六大难题

- 一、如何提高企业的应变能力
- 二、企业内创造性与统一性的平衡
- 三、如何对个人实施有效激励
- 四、新管理方法推广问题
- 五、信息质量问题
- 六、提高高层管理人员的素质

第三节 管理的重要性

第二章 当前我国宏、中、微观管理的重点与对策

第一节 宏观管理的重点与对策

- 一、保证经济改革平稳进行
- 二、经济稳定发展的方针
- 三、加大改革幅度与加强宏观调控

第二节 中观管理的重点与结构调整

第三节 微观管理与转换经营机制

第三章 用系统理论分析现代工业企业

第一节 系统理论的基本观点

第二节 现代工业企业

- 一、企业是社会经济系统中的重要子系统
- 二、企业是受外部环境制约的系统
- 三、企业是为顾客提供产品、劳务及创造利润的人造系统
- 四、企业是进行商品生产的基本单位

第三节 企业管理的任务

第四节 企业运行与决策的理论模式

第五节 企业职能分系统及其作用

- 一、职能分系统及其功能
- 二、职能部门的作用

第六节 现代管理需要系统理论

第四章 企业经营战略与生产经营计划

第一节 企业经营战略

- 一、企业战略问题的提出
- 二、企业经营战略的内容与结构
- 三、企业经营战略的制订程序
- 四、企业的环境—战略—组织的类型
- 五、各国在经营战略上的新思路

第二节 企业生产经营活动与计划

- 一、企业生产经营活动

<<系统管理与企业战略>>

二、企业生产经营计划

第五章 目标管理

第一节 企业目标层次体系

一、目标层次与分解

二、目标要形成网络

三、目标多样性

四、长期目标与短期目标

第二节 目标管理的发展

第三节 目标管理过程

一、目标管理中的目标与指标、标准的区别

二、目标管理的实施

三、应用实例

第四节 目标管理优缺点分析

一、目标管理的优点

二、目标管理的弱点

第六章 组织机构设置与人员配备

第一节 组织管理原理

一、组织管理的过程

二、组织机构设置原则

三、组织机构的作用

第二节 组织层次和管理幅度

一、组织层次

二、上下级关系理论

三、确定管理幅度的变量依据法

第三节 部门分工与职权关系

一、划分部门的方法

二、职权关系

第四节 组织机构与人员配备

一、管理组织机构的形式

二、人员配置的系统方法

三、情景模拟测评法

第七章 企业素质

第一节 成功企业领导人素质

一、知识方面

二、能力方面

三、眼光方面

四、企业领导人工作的性质与要求

五、科技人员如何才能成为成功的领导者

第二节 成功领导班子素质

第三节 国外成功企业的经验与提高经理管理效果的要领

一、国外成功企业的一些经验

二、提高经理管理效果的要领

第四节 成功企业应具备的素质

第五节 对一般职工与科技知识分子管理上的不同点

第八章 科学技术发展与新产品开发

第一节 科学技术转化为生产力的过程

一、科学与技术

<<系统管理与企业战略>>

- 二、科学技术转化为生产力的一般过程
- 三、科技进步系统
- 第二节 技术转移与传播
 - 一、技术转移的形式与分类
 - 二、技术传播理论概述
 - 三、国际技术转移的机制
 - 四、技术转移政策性理论研究
- 第三节 产品生命周期与开发程序
 - 一、产品生命周期及其特征
 - 二、产品定位的四象限法
 - 三、消费者采用新产品的过程分析
 - 四、开发新产品的困难与失败原因的分析
 - 五、新产品开发的程序
- 第四节 新产品开发的策略
 - 一、新产品生命周期策略
 - 二、新产品普及过程的策略
 - 三、市场试销策略
 - 四、投放市场策略
 - 五、进攻—防御策略
 - 六、低成本策略
 - 七、市场策略
 - 八、滞销老产品的策略
- 第五节 可行性研究
 - 一、可行性研究概述
 - 二、可行性研究的特点与注意事项
 - 三、可行性研究的基本内容
- 第六节 新产品与新技术方案评价方法
 - 一、筛选模型
 - 二、技术水平测度与评价方法
 - 三、经济评价方法
- 第九章 管理发展动向、改革管理及比较研究
 - 第一节 从几本畅销书看管理发展动向
 - 一、Z理论
 - 二、日本的管理艺术与7C管理理论
 - 三、一分钟经理
 - 四、成功之路
 - 五、“志在成功”与“乱中求胜”
 - 六、管理的发展动向
 - 七、新技术革命对企业管理发展趋势的影响
 - 第二节 改革管理中的一些主要观点
 - 第三节 中外管理比较研究
- 参考文献

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>