

<<完美全面产品管理>>

图书基本信息

书名：<<完美全面产品管理>>

13位ISBN编号：9787810778466

10位ISBN编号：7810778463

出版时间：2008-10

出版时间：北京航空航天大学出版社

作者：杨立华

页数：680

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>

<<完美全面产品管理>>

前言

杨立华同志的《完美全面产品管理：社会结构和管理的产
品分析》一书值得一读。作者运用独特的研究方法对社会管理问题进行系统研究，力图构建具有中国特色的全新的管理和治理理论，这种创新欲望和勇气是值得称道的。

杨立华在公共行政学领域资历虽不算深，但也摸爬滚打了不少年，应该说对学术研究路途上的荆棘和陷阱了然于胸。

显然，他的勇气来源于自信。

杨立华天资聪明、勤奋好学，在北大读书七年间广泛涉猎政治学、经济学和管理学等多个领域，具有宽厚的知识基础，扎实的理论 and 学术功底，严谨的研究态度和出色的理论驾驭能力。

在对世界进行了原品和产品的基础性划分后，作者对一般产品以及组织、制度和管理等三种特殊产品的社会结构元素进行了系统研究，依次探讨了诸种社会要素的分类、性质和不可替代性，进而构建了一种全新的“人产品组织制度管理”的社会结构理论。

之后，在对已有管理研究进行系统回顾和分析的基础上，提出了具有特色的社会管理和治理理论：完美全面产品管理。

完美全面产品管理理论认为，现有的管理理论具有组织化的世界观、非细化管理、非适配管理、组织管理和过程管理五大缺陷，主张实现对现有管理的理论和实践两方面的双重转换。

完美全面产品管理主要包括六个要素：全面细分的产品世界观、全面细化管理、全面适配管理、全面产品管理、“全面”全面质量管理和全面完美管理。

在论证这些理论的过程中，作者还进行了一些新的探索，如产品、组织、制度和管理等的细分，并提出细分率、适配、适配率和不可替代性等概念。

这些观点和思想具有理论系统性和原创性，是对管理理论发展的有益探索，并将对实践产生影响。

<<完美全面产品管理>>

内容概要

本书是一本原创性的管理学著作。

在“大社会科学”和“大科学”研究法的大视野下，应用广义“产品分析法”和“问题研究法”等具体研究分析方法，通过对中国传统管理思想的有效挖掘和对中国历史和经验的深度分析，构建了一种全新的社会管理和治理理论——完美全面产品管理（PTPM）。

本书不仅适合于对企业管理、公共管理和社会管理或各种相关政治、经济和社会问题感兴趣的专家和学者参考和研究，也可作为相关专业教学和培训的参考书或辅助教材，也适合于对以上这些问题感兴趣的大学博士生、硕士生和本科生阅读和学习。

同时，可供从事各种实际管理工作的企业家、政府人员和其他社会工作者阅读和参考。

<<完美全面产品管理>>

书籍目录

第1章 导言 1.1 引论 1.2 三个基础性观点 1.3 本书的结构安排和内容提要 1.4 本书的研究方法第2章 产品分类和产品性质 2.1 引论 2.2 研究回顾与对消费论产权产品理论的修正 2.3 从交易和生产角度再谈产品分类和产品性质 2.4 产品性质辨别的规范模型 2.5 小结第3章 组织、制度和管理三种特殊产品的分类和性质 3.1 引论 3.2 研究回顾和对三种特殊产品分类理论的评析 3.3 从生产、交易和消费角度再对三种特殊产品进行产权法分类 3.4 三种特殊产品性质辨别的规范模型 3.5 小结第4章 产品的不可替代性 4.1 引论 4.2 产品不可替代性 4.3 有关产品不可替代性的补充讨论 4.4 小结第5章 全面产品社会结构 5.1 引论 5.2 社会结构理论的回顾和发展 5.3 产品、组织、制度和管理的类型细分、细分率与社会进步 5.4 产品、组织、制度和管理之间的适配和适配率 5.5 细分率、适配率和社会公平效率 5.6 小结第6章 完美全面产品管理 6.1 引论 6.2 传统管理理论的五大特征 6.3 “完美全面产品管理”的概念界定 6.4 全面细分产品世界观 6.5 全面细管理 6.6 全面适配管理 6.7 全面产品管理 6.8 全面“全面质量管理” 6.9 全面完美管理 6.10 完美全面产品管理 6.11 完美全面产品管理下的道德管理 6.12 小结第7章 结论 7.1 两点强调说明 7.2 小结附录1 社会各要素性质类型列表附录2 全面组织、制度、管理和社会诸模型参考文献 后记

<<完美全面产品管理>>

章节摘录

启曰：盘古开天地，圣哲传金言。

家国天下事，谁解其真意。

第1章 导言 古者包牺氏之王天下也，仰则观象于天，俯则观法于地，观鸟兽之文与地之宜，近取诸身，远取诸物，于是始作八卦，以通神明之德，以类万物之情。

《周易·系辞下传》 1.1 引论 世间的学问至少有两类：一类是探求世界本原之道的本原之学，一类是探求世界管理之道的管理之学。

本书的目的在于结合以上两个方面来探讨治理社会的一种良好理论和方法：完美全面产品管理（Perfect Totall Product Management, PTPM）。

在如今各种各样的学术争论此起彼伏、各种各样的改革运动风起云涌的背景下，本书所提倡和实践的“产品范式”革命，无论从传统学科视野的管理学、组织学、行政学、经济学、政治学和社会学，还是其他相关学科领域内来看，都可以说是对这一浪潮的有力回应。

本书的理论和方法，可以看作是对当代一些重大问题的深入的理论性思考。

在更深层的意义上，本书将更适宜作为一种分析范式和工具，帮助人们理解面临的各种各样的社会问题。

1.2 三个基础性观点 作为研究者，选择什么样的研究角度或方位来分析所处的并为其一分子的多样化、多面性的世界，直接关系到所进行的研究将主要探讨世界的哪些层面、哪些方位，以及能够探讨哪些层面和哪些方位。

但这并不意味着，选择的某一个角度或方位就一定优于另外一个角度或方位。

它们之间本身并没有高低上下和先后优劣之分，都只是知识扩展途径上的一个个可供人们选择的“研究工具”，共同构成了人们认识世界的“整体研究途径集”。

作为一个具体的研究者，究竟应该选择什么样的层面或角度来分析世界，最起码取决于五个因素：

个人对某一个角度的发现能力； 基于个人爱好、兴趣等的主观选择； 主观认为从某一角度出发能够给世界认识带来多少新内容； 一个社会、时代的发展水平和发展方向能够历史地赋予研究者什么样的可供选择的层面和角度； 一个社会、时代，甚至包括一种文化或文明，以一种环境的因素要求研究者选择什么样的层面和什么样的角度。

正是基于以上五点认识，在正式进入本书论述之前，简单地向读者交代一下本书对世界和社会的一些基础性看法。

<<完美全面产品管理>>

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>