

《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

出版社：北京航空航天大学出版社

作者：陈良猷

页数：286

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.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。

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
- 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
- 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

《系统管理与企业战略》

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:www.tushu000.com