

<<管理咨询专业指南（第4版）>>

图书基本信息

书名：<<管理咨询专业指南（第4版）>>

13位ISBN编号：9787507725827

10位ISBN编号：7507725820

出版时间：2006-1

出版时间：学苑出版社

作者：米兰·库布尔 主编

页数：671

译者：中国国际工程咨询公司

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>

## <<管理咨询专业指南（第4版）>>

### 内容概要

本书描述了应用于各类管理和商务、组织和环境咨询的方式和方法，所涵盖的咨询方法、技巧、方式和风格极为广泛。

管理咨询的显著特征之一就是要体现这种多样性。

这就意味着即使有着非常具体的问题、特点又十分突出的客户，通常也能找到适合自己机构和个性的咨询顾问。

相反，咨询也表现出某些共同的原则和方法，其中部分原则和方法构成了咨询业的基础，并为绝大多数咨询顾问所采用。

本书的主要目的是致力于提高管理咨询中的职业标准和服务水平，向希望从事或改进咨询服务的个人或组织提供信息和指导。

本书是一本介绍专业咨询性质、方法、组织原则、行为准则以及进行培训和开发实践的入门书。

它也为在各个管理领域从业的咨询顾问提供指导。

但是，本书并不旨在取代深入百详细阐述各种管理职能与技术的手册和教科书。

<<管理咨询专业指南（第4版）>>

书籍目录

作者与致谢前言 缩略语 第一篇 管理咨询概述 第1章 管理咨询的性质和目的 第2章 咨询行业概述 第3章 咨询顾问—客户关系 第4章 咨询与变革 第5章 咨询与文化 第6章 咨询中的专业素养和职业道德 第二篇 管理咨询的过程 第7章 准备 第8章 诊断 第9章 行动计划 第10章 实施 第11章 结束 第三篇 不同领域的管理咨询 第12章 企业管理与全面管理咨询 第13章 信息技术咨询 第14章 财务管理咨询 第15章 市场营销与分销管理咨询 第16章 电子商务咨询 第17章 运营管理咨询 第18章 人力资源管理咨询 第19章 知识管理咨询 第20章 提高生产率与绩效的咨询 第21章 全面质量管理咨询 第22章 公司改制咨询 第23章 社会角色和商业责任咨询 第24章 小企业管理与发展咨询 第25章 非正规部门的咨询 第26章 公共部门的咨询 第四篇 咨询公司的管理 第五篇 咨询顾问及咨询专业的发展 附录

## 章节摘录

**特别记录** 如果需要的信息不容易从已有的记录中获取，或者获取的记录不可靠，就需要进行特别记录。

根据咨询顾问提出的标准，特别记录应该有一定的期间，比如一至两个月。

一般可以请客户机构某一部门的员工记录数据，并把记录交给咨询顾问。

为了经济起见，这种记录应当简单明了，持续时间只要能保证数据的可靠性就可以了。

每个人都应该从一开始就知道这段时间有多长，以及为什么必须采用特别记录的方式。

**观察** 观察是在没有现成记录的情况下咨询顾问用来获取信息的方法。

一个事件发生（如经理对他的下级发出指令或一线工人作业）时，咨询顾问在场，亲身观察事件的经过，以便提出改进的建议。

在过程咨询中，咨询顾问可以通过观察管理层和员工会议，从中发现与问题有关的群体过程和行为。

这种观察通常是针对群体而不是个人的。

但如果咨询的目的是帮助某个人改进工作，那么观察就主要集中在这个人身上。

另外，咨询顾问也可以观察人们之间的交往方式。

人们聚在什么地方聊天和交换信息？

谁和谁经常有工作或非正式的交往？

谁总躲避谁？

这些交往呈现出什么样的模式？

鉴于多数人在别人的审视之下都会觉得不自在，咨询顾问务必在开始观察客户员工的活动之前想方设法使他们感到轻松自在。

首先，咨询顾问应当告诉他们自己准备做什么，绝对不能在没有事先提醒的情况下开始观察。

咨询顾问应该解释调查的目的，说明这么做不是为了为难什么人，而是要获取某项活动具体怎样进行的可靠信息。

咨询顾问和这些被观察者交换看法，让他们指出影响该活动或者工作关系的因素并鼓励他们提出改进建议，这样也许会得到他们的配合。

被观察者应该尽可能像平常一样活动，不要故意比平常干得好或差、快或慢。

出现非正常情况时应该停止观察，在情况恢复正常后再重新进行。

如果观察的是过程、操作和工序，咨询顾问可以从为此目的设计的诸多方法中进行选择，这些方法在文献中都有说明。

如果咨询主要涉及的是人员问题以及个人与群体关系，咨询顾问就必须深入了解客户员工的态度和行为。

在其他的咨询任务中，他们就不必在这些方面太深入。

咨询顾问要深入观察人们的倾向、喜好和偏见，以理解这些因素是怎样影响待解决问题的，并取得人们的合作。

这种观察应贯穿于整个咨询工作的始终。

观察从初次会面获得第一印象时就开始了。

这些第一印象会在以后的接触中得到证实或修改。

在很大程度上，咨询顾问收集到的态度和行为的信息是面访过程中回忆过去、交换看法或提出改进措施的副产品。

然而，在不直接涉及个人性格的面访中，咨询顾问当场进行记录往往既分散自己也分散受访者的注意力。

为此，他应当先记在脑子里，事后写下来并进行分类。

如果把个人性格和态度考虑进去，咨询顾问就有更多的机会了解客户机构中影响各种变化的因素。

**特别报告** 在咨询过程中，可以要求客户机构的某些人或群体对问题的某个方面提出想法，把

建议写成书面的特别报告。

报告的内容应包括作者可以提供的所有有用信息。

这种方法是有选择性的——在与客户合作过程中，咨询顾问可以选择那些对于问题有特殊见解、了解各种隐患并能提出好的想法的人。

然而，客户机构的每个人都可以主动提出特别报告；这种做法应该欢迎，但要谨慎对待。

问卷调查 在管理咨询中，如果要从数量众多的人当中（如市场调查），或分布得极为分散的人那里（如向整个地区的用户调查设备出现故障的原因）获取有限的几项直接了当的事实，可以采取问卷调查的方法。

这种做法通常只用来收集简单情况。

.....

## <<管理咨询专业指南（第4版）>>

### 媒体关注与评论

本书全面介绍了咨询业的特性、专业标准、介入方法、行为准则、发展现状和未来趋势，是世界上公认的代表管理咨询发展水平的著作。

它是我国企业界了解国际规则的必备工具书，对于希望从事的咨询业的个人和组织也是必不可少的工具书，在为服务客户、更有效地管理咨询公司和开展业务方面有着其他参考书无法替代的作用。

无论是初出茅庐，还是身经百战，对于从事咨询工作的人员来说，现在能拥有这本经典著作的第四版都是无比幸运的，多年来它一直是我从事管理咨询工作必不可少的工具。

米兰·库布尔及其作者团队兼顾管理咨询专业知识及实际操作领域的相关问题，将一系列最新理论和实践整合一本实用指南，它将成为我们划时代的手册。

——帕特里克·J.麦肯纳，管理咨询顾问，《平等中的第一：怎样管理专业人士》作者之一  
咨询业正在发生着深刻的变化。

为了确保客户价值不断实现，专业从业人员和客户都需要知晓这些变化。

米兰·库布尔主编的《管理咨询专业指南》一书是了解该行业现状及其发展进程的极好起点。

——韦恩·库柏，《国际管理咨询》和《咨询顾问新闻》出版商、《肯尼迪信息》首席执行官

《管理咨询专业指南》最全面地抓住了管理咨询知识体系的精髓，该书可以最为详尽地指导那些希望在本专业提升能力并获得执业资格的人士。

——E.米歇尔·莎爱思，CMC、FIMC、国际管理咨询学会理事会执行董事、美国管理咨询顾问学会主席

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>