

<<运营管理的革命>>

图书基本信息

书名：<<运营管理的革命>>

13位ISBN编号：9787509621714

10位ISBN编号：7509621712

出版时间：2012-12

出版时间：经济管理出版社

作者：王关义 编

页数：315

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>

## <<运营管理的革命>>

### 前言

2006年3月,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》中明确提出了实施“专业技术人才知识更新工程”的战略任务,国家人事部按照这一要求,以更新知识和提升能力为目的,针对全国专业技术人才在现代管理领域等重要专业技术领域,开展大规模的以知识更新为内容的继续教育活动。

中国企业联合会作为牵头部门之一,负责现代管理领域专业技术人才知识更新的组织实施。

实施现代管理领域专业技术人才知识更新工程的重要一环是教材体系的建设。

为此,中国企业联合会在国家人事部的指导下,组建了有代表性、权威性、专业性的由有关专家、学者、企业家组成的专家指导委员会和教材编写委员会。

他们从我国专业技术和管理人员的实际需求出发,把握知识更新的特征,历时一年,完成了教材的设计、编写并形成了系列教材体系。

现代管理教材体系是由“全国现代管理领域专业技术人才知识更新工程”《教学指南》和《公需教材》、《公需专修教材》、《专修教材》、《参考教材》等四方面组成。

它们之间既相对独立又相互依托,既独领一面又互为补充。

.....

## <<运营管理的革命>>

### 内容概要

21世纪以来，中国逐步成为“世界的工厂”，人们对于企业运营的关注和推崇，使得“运营管理”备受青睐，其相关书籍亦大量涌现。

《现代管理公需专修教材·运营管理的革命：理论·实务·案例》集成了运营管理基本理论和方法体系，反映了本学科的新进展，对供应链管理、精益生产、敏捷制造、全面质量管理、清洁生产、SS管理等管理知识进行了比较系统的介绍，探讨了相关改善措施；还收集了大量运营管理的案例和习题供学习考核参考，并能引发更多更好的思考。

《现代管理公需专修教材·运营管理的革命：理论·实务·案例》对培养我国企业运营管理的专业技术管理人才，将起到有益的作用，能够成为他们知识更新的教材和案头常用的工具书。

## &lt;&lt;运营管理的革命&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 运营管理概述本章提要章首案例第一节 运营管理的概念与内容一、运营管理的产生与发展二、运营管理的概念与内容第二节 运营管理的职位与生产率一、运营管理的职位二、生产率的衡量三、生产类型第三节 运营管理的新主题一、运营中的重要主题二、运营管理理论的新发展本章案例思考题参考文献第二章 运营战略及其实施本章提要章首案例第一节 运营战略概述一、企业战略与运营战略二、运营战略的历史与发展三、运营战略的全球化第二节 运营战略对客户的影响一、运营战略与产品二、运营战略与订单三、客户增值最大化第三节 运营战略与竞争优势的构建一、运营战略的角色二、竞争优势要素三、构建竞争优势第四节 运营安排一、批次安排二、甘特图三、计划和控制系统本章案例思考题参考文献第三章 流程选择和流程再造本章提要章首案例第一节 流程和流程选择一、流程的概念二、业务流程和业务流程分析三、业务流程的选择第二节 制造型企业的流程一、生产流程的形式与典型的生产流程二、制造型企业的流程选择第三节 服务型企业的流程一、服务流程二、服务的分类三、服务型企业的流程选择四、流程选择的标准第四节 流程型组织绩效衡量流程型组织绩效衡量考评体系特点第五节 业务流程再造一、BPR的提出二、流程再造的幅度、广度和深度三、流程再造的四个层面四、流程再造的原理、工具和步骤本章案例思考题参考文献第四章 设施选址与能力规划本章提要.....第五章 服务企业运营系统的设计第六章 质量管理第七章 物流与供应链管理第八章 先进生产方式第九章 工作设计与现场管理后记

## &lt;&lt;运营管理的革命&gt;&gt;

## 章节摘录

(五) “绿带” “绿带”(Green Belt)的工作是兼职的,他们经过培训后,将负责一些难度较小的项目小组,或成为其他项目小组的成员。

“绿带”培训一般要结合6 具体项目进行5天左右的课堂专业学习,包括项目管理、质量管理工具、质量控制工具、解决问题的方法和信息数据分析等。

一般情况下,由“黑带”负责确定绿带培训内容,并在培训之中和之后给予协助和监督。

“绿带”在基层的领域里协助“黑带”做好工作。

“绿带”一般不是全职投入6 改进项目,而是在他们原来的工作范围内,为“黑带”进行产品的检测、数据的收集等协助性工作。

“绿带”可以是改进小组的基础成员,也可以作为改进小组的负责人。

五、6 管理的实施程序 (一)辨别核心流程和关键顾客 随着企业规模的扩大,顾客细分日益加剧,产品和服务呈现出多标准化,人们对实际工作流程的了解越来越模糊。

获得对现有流程的清晰认识,是实施6 管理的第一步。

1.辨别核心流程 核心流程是对创造顾客价值最为重要的部门或者作业环节,如吸引顾客、订货管理、装货、顾客服务与支持、开发新产品或者新服务、开票收款流程等,它们直接关系到顾客的满意程度。

与此相对应,诸如融资、预算、人力资源管理、信息系统等流程属于辅助流程,对核心流程起支持作用,它们与提高顾客满意度是一种间接的关系。

不同企业的核心流程各不相同,回答下列问题,有助于确定核心流程: (1)企业通过哪些主要活动向顾客提供产品和服务?

(2)怎样确切地对这些流程进行界定或命名?

(3)用来评价这些流程绩效或性能的主要输出结果是什么?

2.界定业务流程的关键输出物和顾客对象 在这一过程中,应尽可能避免将太多的项目和工作成果堆到“输出物”栏目下,以免掩盖主要内容,抓不住工作重点。

对于关键顾客且是企业外部顾客,对于某一流程来说,其关键顾客可能是下一个流程,如产品开发流程的关键顾客是生产流程。

3.绘制核心流程图 在辨明核心流程的主要活动的基础上,将核心流程的主要活动绘制成流程图,使整个流程一目了然。

.....

<<运营管理的革命>>

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>