

<<管理咨询理论与方法>>

图书基本信息

书名：<<管理咨询理论与方法>>

13位ISBN编号：9787511900463

10位ISBN编号：7511900461

出版时间：1970-1

出版时间：中国时代经济出版社

作者：张庆龙，彭志国 编

页数：390

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>

<<管理咨询理论与方法>>

前言

当今世界，国家综合实力的较量，归根到底是不同国家企业创新能力和市场拓展能力的较量。实践证明，只有千千万万企业自主创新能力和经营管理水平不断提升，才能使国家整体创新能力和经济实力得到增强。

随着经济全球化的发展，我国经济与世界经济的联系日益紧密，残酷的市场竞争环境，要求企业要不间断地进行变革，而企业变革的核心是科技进步和管理创新。

企业和企业家如何按照科学发展的要求，创新企业发展模式，提高企业管理水平，求得企业特别是中小企业的可持续发展，一方面需要自主创新，另一方面需要借助“外脑”即管理咨询的助推力量。

管理咨询是由咨询专业人员深入到企业现场，通过定量与定性的系统分析，找到企业经营管理上存在的关键性问题和原因，提出具体的改善方案并指导方案实施，协助企业进行管理创新的一项智力服务活动。

这一职业性质，要求管理咨询人员必须具备扎实的理论基础、熟练掌握现代化管理技术和具有丰富的实践经验。

这一职业特点，显示出管理咨询是一个理论性、技术性、实践性、创新性极强并负有重要社会责任的知识密集型行业。

管理咨询是以人的智慧为主体的行业，其发展的关键不在于资本，而在于专业人才，在于拥有一定数量和足够职业资格的咨询专家队伍，在于其核心咨询能力和咨询服务过程的质量。

因此，加快高素质人才的选拔和培养，是咨询机构发展壮大的重要途径，是推动我国管理咨询事业发展的首要条件。

目前，我国各类型的企业有1000余万家，管理咨询市场巨大，市场在呼唤优秀的管理咨询机构和优秀的专业咨询人员。

倚天机构，是一个长期致力于为企业提供综合管理咨询服务的专业组织，他们拥有一支职业化和专业化研究团队。

《管理咨询理论与方法》一书是他们多年来从事管理咨询实践的经验总结和理论升华，全书内容较为丰富，理论性、实战性和可读性较强。

我非常高兴看到他们的健康成长，并愿意与读者一起分享他们的成功。

当然，本书还存在一些不足，也恳请专家学者批评、指正。

<<管理咨询理论与方法>>

内容概要

《管理咨询理论与方法》从实现管理咨询理论与实践相结合的角度进行阐释，对当前管理咨询行业的理论和技巧、工具进行了系统梳理，力求为管理咨询从业人员提供一本执业和学习的工具书。

《管理咨询理论与方法》对管理咨询行业的职业化问题进行了探讨，并系统归纳了管理咨询师应具备的职业道德，更重要的是通过能力素质模型分析了管理咨询师的知识体系、能力体系和价值观体系三个方面。

作者简介

张庆龙，管理学博士，北京工商大学副教授，青联委员，中国高级管理咨询师（SMC），国际注册管理咨询师（CMC）。

曾经在核心期刊上发表专业论文40余篇，主编专业书籍6部，主持参加省部级课题3项，局级课题3项。曾为中国银行、大沽化工、天津市房地产管理局、河北地税系统等多家企业、政府部门做过财务报表分析、内部控制、风险管理等不同内容的讲座和咨询。

彭志国，南开大学EMBA，国际注册管理咨询师（CMC），国际注册内部审计师（CIA），中国高级管理咨询师（SMC），中国注册会计师（CPA），中国注册资产评估师（CPV），中国注册税务师，高级会计师。

目前兼任中国企业联合会管理咨询委员会副主任，天津市管理咨询协会副会长，天津市注册会计师协会惩戒委员会委员，中倒管理咨询师考试专家委员会委员，南开大学MPAcc中心兼职导师，曾在《审计研究》、《财经界》、《财会月刊》等杂志发表论文30余篇，主编《商业审计》等专业著作3本。

<<管理咨询理论与方法>>

书籍目录

序前言第一章 管理咨询概论一、管理咨询的含义二、管理咨询的历史演进三、管理咨询的性质与功能四、管理咨询的类型及其特征五、管理咨询的市场供需分析第二章 管理咨询的流程一、管理咨询项目的洽谈导入阶段二、管理咨询项目的问题诊断阶段三、管理咨询项目的报告制定阶段四、管理咨询项目的辅助实施阶段五、管理咨询项目的追踪修改阶段第三章 企业生命周期与管理咨询选择一、企业创业期的管理咨询二、企业成长期的管理咨询三、企业成熟期的管理咨询四、企业衰退期的管理咨询五、企业转型期的管理咨询第四章 管理咨询的职业道德与胜任能力一、管理咨询师的职业道德二、管理咨询的能力素质模型三、管理咨询的能力素质展现第五章 管理咨询项目的管理一、管理咨询项目管理概述二、管理咨询项目的计划管理三、管理咨询项目的定价管理四、管理咨询项目的人力资源管理五、管理咨询项目的日常事务管理第六章 管理咨询项目建议书的写作一、咨询项目建议书概述二、咨询项目建议书的主体设计三、管理咨询项目公文的写作范例第七章 战略管理咨询项目实践一、战略管理及咨询概述二、战略管理咨询中的诊断分析三、战略管理咨询流程中的战略制定四、战略管理咨询流程中的辅助实施五、战略管理咨询案例分析——A公司企业发展战略咨询全程第八章 组织管理咨询项目实践一、组织管理及其咨询概述二、组织管理咨询流程中的诊断分析三、组织管理咨询流程中的组织设计四、组织管理咨询流程中的组织评判五、企业组织管理咨询案例—A集团的组织管理体系咨询第九章 营销管理咨询一、营销管理及其咨询概述二、营销管理咨询流程中的诊断分析三、营销管理咨询流程中的体系构建四、营销管理咨询中的辅助实施五、企业营销管理咨询案例案例一：营销结构咨询案例案例二：重组营销管理模式咨询案例第十章 生产管理咨询项目实践一、生产管理及其咨询概述二、生产管理咨询流程中的诊断分析三、生产管理咨询流程中的生产管控四、生产管理咨询流程中的辅助实施五、企业生产管理咨询案例——A企业的生产管理咨询第十一章 人力资源管理咨询项目实践一、人力资源管理及其咨询概述二、人力资源管理咨询流程中的诊断分析三、人力资源管理咨询流程中的模块优化四、人力资源管理咨询流程中的辅助实施五、企业人力资源管理咨询案例

章节摘录

经过进一步的调查分析，咨询公司发现，出现这些问题的原因主要是：公司没有明确的部门与岗位分工，没有规定部门与岗位的职责和权限，且业务流程不规范，相关的管理制度不健全，没有进行绩效考核，奖金的发放基本都由领导“拍脑袋”来决定。

弄清楚问题和产生问题的原因之后，咨询公司提出了问题的解决方案，方案的要点有四：一是组织咨询——调整部门与岗位分工、明确其职责和权限；二是规范业务流程；三是完善相关管理制度；四是人力资源咨询——对员工实施绩效考核。

在解决方案得到甲公司地认可后，咨询公司接着制订了具体的实施方案与甲公司一起探讨，经过不断地修正，最后得到了甲公司的认同。

接下来，在方案试运行阶段，咨询公司对甲公司相关人员进行了培训和指导。

大约又过了半年，方案基本落实，甲公司的经营状况也明显开始好转。

这是一个比较典型且具体的管理咨询案例，包含了管理咨询需要经过的一些主要步骤：调查分析、找到问题、找出原因、设计方案、辅助实施。

根据管理咨询的含义，我们对此案例进行含义要点的对照分析。

管理咨询的参与主体是咨询人员和客户。

没有客户的有效配合，咨询人员不可能完成管理咨询活动。

上面案例中，如果不是甲公司工作人员给予有效配合，咨询人员是不会完成咨询的。

管理咨询的服务对象（即客户）包括企业、事业单位、社会团体、政府机构。

上面案例中，管理咨询的服务对象甲公司是企业。

管理咨询的目标是满足客户的合法需求。

若客户的要求违反现行法律，咨询人员则不应予以满足。

上面案例中，甲公司无非法要求，咨询公司应予以满足。

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>