

<<全能管理词典>>

图书基本信息

书名：<<全能管理词典>>

13位ISBN编号：9787513613941

10位ISBN编号：751361394X

出版时间：2012-9

出版时间：中国经济出版社

作者：孙连才

页数：809

字数：1020000

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>

内容概要

本书分别从战略管理、人力资源、生产管理、项目物流、服务营销和财务管理六个领域精选了60个全新的经典管理工具和模型，涵盖了企事业单位、公司、机构管理者管理实践中最常遇到的各类问题，每个工具均经过“世界500强”企业使用、验证，历久弥珍，更有拿来即用的283幅管理图表，让本土的一线管理者轻松掌握海外最新的管理策略。

本书引进海外最新的12个经典管理工具和模型，分别为：PIMS分析法、海氏工作评价系统、宽带薪酬设计、霍兰德职业兴趣理论、PDCA循环、甘特图、品管圈、SPIN销售法、植田T理论、VMI模型、PERT网络分析法、EVA财务绩效考核，成功实现了海外引进与本土实战的首次对接，已成为管理者、学者和管理咨询从业人员案头必备的工具书！

作者简介

孙连才，管理学博士。
华中科技大学MBA导师；北大纵横管理咨询集团高级合伙人；中国MBA联盟第一、二届顾问委员会秘书长、第四届主任委员。
深度主持参与中材集团、湖北金洋股份、宁夏瀛海集团、中国电子科技集团十五所等几十个企事业单位的管理咨询项目。

在《管理世界》、《北大商业评论》、《清华管理评论》、《21世纪经济报道》等报刊发表文章40多篇，编著《企业集团管控》、《战略视角下的人力资源》、《企业实践——企业战略系统制定》等多部著作。

书籍目录

第一篇 战略管理工具

- 工具1. PEST分析——战略外部环境分析的基本工具
- 工具2. 波士顿矩阵法——制定公司层战略最流行的方法之一
- 工具3. 战略集团分析——行业内企业竞争格局分析工具
- 工具4. 波特价值链分析模型——战略决策时资源分析的理论模型
- 工具5. 波特五力分析模型——行业竞争战略最流行的分析工具
- 工具6. 核心竞争力分析——分析企业有效竞争和成长的重要工具
- 工具7. 麦肯锡三层面法——企业设计战略规划实施工具
- 工具8. SWOT分析——战略规划和竞争情报的经典分析工具
- 工具9. GE矩阵——业务战略单元发展战略的分析工具
- 工具10. 战略钟模型——分析企业竞争战略选择工具之一
- 工具11. 利益相关者分析——战略制定和战略评价分析工具
- 工具12. PIMS分析法——有效的战略评价分析工具
- 工具13. 7S模型——分析评价组织绩效与企业战略相适应的工具
- 工具14. 平衡计分卡——最具影响力的战略绩效管理工具
- 工具15. KPI——国际通行的企业经营绩效成果测量和战管理工具

第二篇 人力资源管理工具

- 工具16. 职位分析问卷法——最普遍和流行的人员导向职务分析系统
- 工具17. 海氏工作评价系统——国际上使用最为广泛的岗位评估工具
- 工具18. 宽带薪酬设计——一种新的薪酬管理系统及操作流程
- 工具19. 关键事件技术——识别工作绩效关键性因素的工作分析方法
- 工具20. 360度绩效考核——推进员工行为改变最有效的工具之一
- 工具21. 霍兰德职业兴趣理论——通用的职业兴趣测验工具
- 工具22. 胜任素质模型——最实用的人岗匹配操作工具之一
- 工具23. 职业锚——职业测评运用最广泛、最有效的工具之一

第三篇 生产管理工具

- 工具24. PDCA循环——有效控制管理过程和工作质量的工具
- 工具25. OPT——改善生产管理技术的新方式
- 工具26. 甘特图——最常用的项目控制管理的有效工具
- 工具27. JIT生产方式——使生产有效进行的新生产方式
- 工具28. 6 σ ——世界最先进的质量管理法
- 工具29. 5S现场管理法——现场科学管理的基础工具
- 工具30. 全面质量管理——一项持续变革的有效管理体系
- 工具31. 大规模定制——21世纪最重要的、最具竞争优势的生产模式
- 工具32. 朱兰三部曲——质量战略思想和管理的有力武器
- 工具33. 零缺陷管理法——企业质量管理方法的又一次革命
- 工具34. 品管圈——广为认可的品质管理的运作机制
- 工具35. 丰田生产方式——一套系统完整的生产管理方式

第四篇 营销服务管理工具

- 工具36. 顾客金字塔模型——有效的顾客细分管理工具
- 工具37. 满意镜——提高顾客满意与员工满意的工具
- 工具38. 推销方格理论——直观有效的销售分析工具
- 工具39. SPIN销售法——系统化挖掘客户需求的销售工具
- 工具40. CS战略——企业提高市场占有率的有力工具
- 工具41. 服务利润链——服务管理最经典、最有效的分析工具之一

<<全能管理词典>>

- 工具42. 4Ps营销组合模型——制定市场战略的一个最常用工具之一
工具43. 产品生命周期模型——描述产品和市场运作方法的有力工具
工具44. 服务质量差距模型——分析服务质量简单有效的工具
工具45. 植田T理论——典型的竞争性理论策略工具
- 第五篇 项目物流管理工具
- 工具46. 关键路径法——项目管理中应用最为广泛的方法之一
工具47. VMI模型——国际前沿的供应链库存管理模式
工具48. 快速反应策略——企业实现供应链竞争优势的有效管理工具
工具49. ECR——一种新型的供应链管理策略
工具50. SCOR模型——第一个标准的供应链流程参考模型
工具51. PERT网络分析法——有效的项目进度管理工具
工具52. 工作分解结构——项目管理众多工具中最有价值的工具之一
工具53. 责任矩阵——项目计划十分重要的工具
- 第六篇 财务管理工具
- 工具54. 杜邦分析法——企业业绩评价体系中最为有效的工具
工具55. 比率分析法——财务分析最基本的工具
工具56. 财务分析雷达图——企业经济效益综合分析工具
工具57. 净现值法——企业投资决策中最常用的一种方法之一
工具58. 本量利分析——实施目标成本管理的一个重要工具
工具59. ABC成本法——企业控制成本的有力工具
工具60. 经济附加值 (EVA) ——当今最热门的财务创意工具

章节摘录

版权页：插图：3.竞争对手分组 企业可按照一定的标准对相关的几个行业进行分组，从而确定主要的、次要的和潜在的竞争对手。

(1) 主要竞争对手识别 主要竞争对手一般与本企业处于同一产业，根据战略集团变量进行分析，假设企业A处于战略集团A中，则战略集团A中的其他企业就是企业A的主要竞争对手。

以碳酸饮料业为例，碳酸饮料业两个最重要的战略变量是规模和品牌知名度，根据这两个变量可将碳酸饮料业分为几个战略集团，百事可乐公司和可口可乐公司在规模和品牌知名度上十分接近，因此二者处于一个战略集团中。

显然，对百事可乐公司而言，处在同一战略集团中的可口可乐公司是其主要竞争对手。

企业与主要竞争对手的竞争强度取决于组内市场空间的大小、企业数量等因素，如果组内的市场空间越小，企业数量越多，则企业与主要竞争对手的竞争就越激烈。

(2) 次要竞争对手识别 次要竞争对手也有着和本企业相似的产品和服务，但其市场地位、实力和规模业本企业不处在同一层次上，与本企业不会发生激烈直接的冲突。

次要竞争对手主要包括两类：一类是本产业中的其他战略集团，决定本企业所属战略集团与其他战略集团之间竞争强度的因素包括市场重叠、竞争条件的相互影响等。

市场重叠（即市场范围的承合程度）多、群组的数量多，则会加剧组间竞争。

本产业中的其他战略集团与本企业所属战略集团处于不同层次，但是企业也必须关注其他的战略集团，因为战略集团间的关系是动态的，战略集团也是不断发展的，其他战略集团中的企业会进入本企业所属战略集团，其他战略集团内的竞争会对本战略集团产生波及效应，比如几年前长虹彩电和康佳彩电的价格大战导致其他彩电如牡丹牌彩电、北京牌彩电等的退出。

一类是存在于替代品产业中。

替代品是能够满足同一顾客同一种需求的产品。

在识别替代品时，企业要先列出自己产品所满足的顾客需求是什么，然后把满足此种需求的产品都列出来，这样，企业会列出一系列替代品。

比如可乐的替代品包括茶、矿泉水、果汁饮料、非碳酸饮料等，然后企业再对这些替代品进行替代强度分析，即将体现自己产品和替代品价值的一组性能要素分别列出来，如可口可乐和茶的性能要素包括口感、解渴、提神等，然后分析本产品和替代品在这几个要素上是否相似，越相似替代强度越强，越是本产品的主要替代威胁。

编辑推荐

《全能管理词典:60个全新经典管理工具和模型》实现了海外引进与本土实战的首次对接，已成为管理者、学者和管理咨询从业人员案头必备的工具书！

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>