

<<工程项目咨询概论>>

图书基本信息

书名：<<工程项目咨询概论>>

13位ISBN编号：9787561146347

10位ISBN编号：7561146345

出版时间：2009-2

出版时间：大连理工大学出版社

作者：李学锋

页数：228

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>

<<工程项目咨询概论>>

前言

现代工程建设产品（建筑物、构筑物等）的建成，往往需要消耗大量的人力、物力资源和需要一定的建造时间。

伴随着社会经济生产的发展和物质文化生活水平的不断提高，人类对工程建设产品的功能和质量要求越来越高，同时又期望工程建设周期尽可能短、投资尽可能少、效益尽可能好。

特别是近10多年来，随着经济体制改革的不断深入，我国基本建设投资和工程建设管理体制发生了深刻的变化。

由于工程建设投资主体多元化、投资决策分权化和工程发包方式多样化以及工程建设承包市场国际化的进一步发展，使得工程建设领域对具有合理知识结构、较高业务素质和较强管理能力的高级管理人才的需求越来越大。

高等院校工程管理学科领域肩负着培养和造就大批具备工程技术、经济与法律的基本知识，掌握现代管理科学理论、方法和手段，能够在现代工程建设领域从事工程项目决策和全过程管理的高级管理人才的艰巨任务。

提高高等教育人才培养质量，教材建设是一个十分关键的因素。

2003年初，在大连理工大学出版社的倡导下，由辽宁地区设置工程管理专业的部分高校专家组成了工程管理系列教材编写委员会（简称编委会）。

在编委会的精心组织下，通过编委们的辛勤劳动，陆续出版了能够完整涵盖工程管理学科知识体系的系列教材。

从近5年国内许多高校的使用情况反馈来看，该套系列教材的知识体系科学、完整，具有较高的学术理论水平和较强的教学适用性，教材的质量得到广大同行和读者们的充分认可。

<<工程项目咨询概论>>

内容概要

本教材较为系统、全面地介绍了工程咨询的基本知识和基本理论，并且对国际工程咨询相关理论进行了较为详细的阐述，具体内容包括：工程咨询企业、注册咨询工程师、工程咨询任务的承揽、工程项目前期策划阶段的咨询服务、工程项目准备阶段的咨询服务、工程项目实施阶段的咨询服务、工程咨询服务的风险管理与保险、国际工程咨询。

同时本教材具有以下两个特点： 第一，注重对工程咨询的系统化理论介绍。

由于我国工程咨询业起步较晚，理论基础较为薄弱，并且观念和体制的转变还不够成熟，因此，本教材在写作过程中，注重了对基本理论和概念的阐述，以提高我们对工程咨询这门学科的理论认识。

第二，强调理论与实际的紧密结合。

根据我国经济建设的需要和市场经济体制建立的要求，以及《服务贸易总协议》和《政府采购协议》的规定，论述了工程咨询的基本理论及方法，并且对现行的但不适用于我国的一些相关理论提出了独特的见解，为我国工程咨询业的发展尽了一份力量。

<<工程项目咨询概论>>

书籍目录

第1章 概论 1.1 国内外的工程咨询业 1.1.1 工程咨询业的起源 1.1.2 国内工程咨询业的现状和展望 1.1.3 国际工程咨询业的现状和展望 1.2 咨询与工程咨询 1.2.1 咨询的含义 1.2.2 工程咨询的含义 1.2.3 工程咨询业的性质和特点 1.2.4 工程咨询的原则 1.2.5 工程咨询的程序 1.2.6 工程咨询在我国经济建设中的作用 1.3 工程咨询的内容 1.3.1 工程项目咨询业务范围 1.3.2 投资项目的概念 1.3.3 项目周期 1.4 工程咨询服务对象和方式 1.4.1 工程咨询服务对象 1.4.2 工程咨询服务方式 1.5 工程咨询与工程监理、项目管理 1.5.1 工程监理 1.5.2 工程项目管理 1.5.3 工程咨询与工程监理、项目的关系

第2章 工程咨询企业 2.1 工程咨询企业概述 2.1.1 工程咨询企业的含义 2.1.2 工程咨询企业的特点 2.1.3 工程咨询企业的设立与资质 2.2 工程咨询企业的组织 2.2.1 工程咨询企业的组织特点 2.2.2 工程咨询企业的机构类型 2.2.3 执行项目的组织形式 2.2.4 其他组织形式 2.3 工程咨询企业的战略与开发 2.3.1 工程咨询企业的经营战略 2.3.2 工程咨询企业的业务目标 2.3.3 工程咨询企业的业务开发过程 2.4 工程咨询企业的管理 2.4.1 工程咨询企业的管理概述 2.4.2 工程咨询企业的管理特点 2.4.3 对工程咨询企业的项目实施管理 2.4.4 工程咨询企业的服务质量管理 2.5 工程咨询企业的市场销售策略 2.5.1 产品策略 2.5.2 价格策略 2.5.3 分销渠道策略 2.5.4 促销策略 2.6 工程咨询企业的竞争力分析 2.6.1 基础竞争力 2.6.2 核心竞争力 2.7 工程咨询企业知识服务创新多层整合模式 2.7.1 基于知识服务创新要素的结构整合模式分析 2.7.2 知识服务创新的结构整合模式 2.8 实例——建筑设计咨询企业的竞争结构和外部环境 2.8.1 建筑设计行业竞争能力分析——波特五因素模型 2.8.2 企业外部环境分析

第3章 注册咨询工程师 3.1 概述 3.1.1 注册咨询工程师的概念 3.1.2 注册咨询工程师的业务素质 3.1.3 注册咨询工程师的职业道德素质 3.1.4 注册咨询工程师的执业范围 3.1.5 国外注册咨询工程师现状 3.1.6 国内注册咨询工程师现状 3.2 注册咨询工程师的考试 3.2.1 注册咨询工程师的报名考试的条件和程序 3.2.2 注册咨询工程师考试科目 3.2.3 注册咨询工程师的认定 3.3 注册咨询工程师的登记注册 3.3.1 首次注册 3.3.2 继续注册 3.3.3 注册变更 3.3.4 注册注销 3.3.5 处罚条款 3.4 注册咨询工程师的权利和义务 3.4.1 注册咨询工程师的权利 3.4.2 注册咨询工程师的义务 3.5 注册咨询工程师的聘用 3.5.1 聘用咨询专家的必要性和选择方式 3.5.2 选择咨询公司的程序 3.5.3 个人咨询专家选择程序

第4章 工程咨询任务的承揽 4.1 工程咨询公司的市场开发 4.1.1 工程咨询业务市场开拓 4.1.2 工程咨询市场的信息收集 4.1.3 工程咨询公司的经营战略 4.2 工程咨询的投标 4.3 工程咨询服务的费用 4.3.1 工程咨询服务收费方式 4.3.2 工程咨询服务费用计算方法 4.3.3 国际工程咨询服务费用

第5章 工程项目前期策划阶段的咨询服务 5.1 工程项目前期策划阶段的咨询服务概述 5.1.1 工程建设项目的概念 5.1.2 工程建设项目周期 5.1.3 工程建设项目周期的实施 5.2 项目投资机会研究 5.2.1 投资机会研究 5.2.2 机会研究咨询的主要内容 5.3 初步可行性研究 5.3.1 初步可行性研究的内容 5.3.2 项目分析方法 5.3.3 项目构思 5.4 可行性研究 5.4.1 可行性研究的概念 5.4.2 可行性研究在建设前期工作中的作用 5.4.3 可行性研究的依据 5.4.4 可行性研究的阶段 5.4.5 可行性研究的步骤 5.4.6 可行性研究的主要工作 5.4.7 可行性研究报告的主要内容 5.4.8 水利水电建设项目可行性研究报告的编写要领 5.5 项目评估 5.5.1 项目评估概述 5.5.2 项目评估的意义 5.5.3 项目评估和可行性研究的共同点和不同点 5.5.4 项目评估的主要内容 5.5.5 工程项目经济效益评估 5.5.6 对工程项目进行评估时应注意的问题 5.5.7 建设项目的环境评估 5.5.8 工程建设项目后评估 5.6 建设项目前期工作实例探讨 5.6.1 建设项目前期工作实例 5.6.2 建设项目前期工作的几点建议

第6章 工程项目准备阶段的咨询服务 6.1 工程勘察与工程设计 6.1.1 工程勘察与工程设计概述 6.1.2 工程勘察的目的、内容和质量要求 6.1.3 工程设计的目的与作用 6.1.4 工程设计的阶段划分及主要内容 6.2 项目融资咨询 6.2.1 项目融资的含义以及分类 6.2.2 项目融资服务的具体内容 6.2.3 工程咨询在项目融资中的作用 6.2.4 项目融资咨询国际合作的探讨和建议 6.3 工程和设备采购的咨询服务 6.3.1 工程招标 6.3.2 设备采购 6.3.3 评标

第7章 工程项目实施阶段的咨询服务 7.1 工程监理 7.1.1 工程监理与监理工程师 7.1.2 监理规划及实施 7.1.3 工程质量控制 7.1.4 工程建设投资控制 7.1.5 工程进度控制 7.2 工程项目管理 7.2.1 工程项目管理基本概念 7.2.2 工程项目管理制度 7.2.3 工程项目管理业务和模式 7.2.4 工程项目监督管理 7.3 工程项目生产准备和验收阶段的监理 7.3.1 工程项目生产准备 7.3.2 验收阶段的监理

第8章 工程咨询服务的风险管理与保险 8.1 工程咨询风险 8.1.1 风险的概念 8.1.2 风险的基本要素 8.2 工程咨

<<工程项目咨询概论>>

询风险管理 8.2.1 风险识别 8.2.2 风险分析 8.2.3 风险对策研究 8.3 工程保险 8.3.1 保险与保险合同 8.3.2 保险的种类 8.4 工程咨询法律责任 8.4.1 法律责任产生的原因和责任的承担 8.4.2 实施咨询报告发生损失的责任 8.4.3 避免或减少法律责任的措施第9章 国际工程咨询 9.1 国际工程咨询的概念 9.2 国际工程咨询行业组织 9.3 国际工程咨询公司的人力资源管理 9.3.1 管理方法 9.3.2 人员的招聘与雇佣 9.3.3 薪酬管理 9.3.4 员工的培训与发展 9.4 国际工程咨询合作 9.5 国际工程咨询公司的法律责任和风险 9.5.1 国际工程咨询公司的法律责任 9.5.2 风险和赔偿 9.5.3 降低风险的措施 9.5.4 咨询合同中应注意的问题和知识产权的归属参考文献

<<工程项目咨询概论>>

章节摘录

4.1 工程咨询公司的市场开发 4.1.1 工程咨询业务市场开拓 工程咨询市场有以下特点：

(1) 国内工程咨询市场 在宏观决策咨询方面，计划经济时期更注重行业的发展规划，从资源、布局、统一规划的角度划分；目前这种倾向尚未完全改变，行业规划研究和地方规划研究往往与市场发展趋势不一致。

随着中央原工业部位被撤销，未来这种行业的规划将逐步淡化，变成大型企业或企业集团的行为，行业协会只起协调作用。

相反，地方发展规划更接近市场，更加灵活，宏观的规划、政策和专题研究、投资机会研究，结合地方的市场、资源条件将越来越受到重视，咨询市场也将越来越大。

项目前期咨询市场主要根据资金来源确定，虽然目前对投资项目的审批还有种种限制，但逐步放开是必然的趋势，“谁投资、谁决策、谁收益、谁承担风险”将成为投资项目管理的基本原则。

对于使用政府预算内资金、财政拨款、政府承担的各种借款、贷款的项目，主要是公共投资类的项目，需要政府及其部门设立的咨询机构进行前期论证；可行性研究和工程设计目前还主要由行业工程咨询机构通过竞争投标来承揽。

其他非政府投资项目的前期咨询业务将会全面开放，未来将形成开放的工程咨询市场。

项目招投标、合同管理、项目监理等咨询业务已经开始市场化运作。

目前国内项目投融资咨询市场还不发达，主要是由于国内资本市场尚未完全开放。

随着投融资体制改革的推进，投融资咨询市场将会有较快的发展。

项目竣工验收、总结评价和后评价也会有相应的变化。

(2) 国际工程咨询市场 国际工程咨询市场不同于国内市场，具有以下突出特点。

首先，国际工程项目的复杂性与相对高风险性。

国际工程项目，尤其是大中型项目。

<<工程项目咨询概论>>

编辑推荐

《工程项目咨询概论》注重对工程咨询的系统化理论介绍，同时强调理论与实际的紧密结合。

<<工程项目咨询概论>>

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>