第一图书网, tushu007.com

<<经营管理实务>>

图书基本信息

书名：<<经营管理实务>>

13位ISBN编号：9787806777947

10位ISBN编号：7806777946

出版时间：2004-1

出版时间：广东经济出版社

作者：庄铭国

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《经营管理实务（修订版）》讲述了颜色管理、数字管理、情境管理、品管圈推行、营销战略、企业诊断、问题解决模式、员工教育训练等内容、

作者简介

庄铭国，1946年8月14日生于台湾鹿港，辅仁大学企管系毕业，文化大学硕士，通过台湾企管人员高等考试。
曾获选第二届台湾十大杰出经理（1984年），曾担任荣获第七届台湾品质奖（1996年）的健生公司总经理。
在健生任职满25年退休，现任大叶大学国际企业管理系所专职副教授，并兼任云林科技大学企研所、静宜大学企研所副教授。
《管理》杂志台湾企管名师列榜，于暑假间应聘香港生产力中心、香港理工大学及山东正大企管顾问公司开设企管讲座。
先后受聘台湾品质奖评审、台湾技术学院（专科学校）评鉴委员、职训局企业职业训练机构评鉴委员、中部企业经理协进会理事、彰化县产业服务团团长。
曾行走世界七十余国，在企业先后担任专员、外销经理、厂长、副总经理、总经理。
在学校主授“国家与区域研究”、“国际贸易实务”、“国际贸易专题”、“经营管理实务”、“国际经营及投资实务”、“国际企业专题”、“大陆与东南亚经贸研究”等课程。
“畅游天下名山大川，广交天下英雄豪杰，博览天下奇文隽语，翰书天下悲欢离合”是作者的人生座右铭。
管理企业、演讲、看书、写书是作者的最爱，而收集世界各国货币与国旗是作者的嗜好，正所谓“情之所钟，千里不远”！

书籍目录

作者简介香港生产力促进局高级顾问黎伟华序中国大陆山东正大企业管理顾问公司单总经理序自序单元一——颜色管理壹 前言贰 颜色优劣法叁 颜色层别法肆 颜色心理法案例一 运用颜色优劣法至生涯规划（玩中学）案例二 颜色心理法应用至个人心理解析（玩中学）案例三 颜色与生活的观察（做中学）单元二——数字管理的智慧壹 前言贰 七三法则叁 大自然法则（78:22）肆 一八理论伍 八十／二十原理陆 财务理财奇数法则柒 黄金分割比例（0.618或1.618）捌 五个零生产革命玖 帕金森定律拾 数字四则式案例一 让数字说话（玩中学）案例二 运用数字联想做管理（做中学）——一群EMBA学生的集体讨论单元三——情境管理壹 情的管理篇贰 境的管理篇案例一 学校推行情境管理（玩中学）案例二 工厂情境管理（做中学）单元四——经营理念与实战壹 望远镜的启示贰 放大镜的启示叁 显微镜的启示肆 远、中、近期计划伍 经营方针与七大永续目标、盈利目标陆 企业诊断案例一 以一食品公司做“虚拟企业”的四大任务与使命（玩中学）案例二 某食品公司的企业政策（做中学）案例三 某汽车零件公司发展企划书（做中学）。
单元五——运用问题解决模式做提案改善壹 前言贰 改善制度的三个实例叁 落实于企业肆 问题解决模式案例一 优质睡眠与时间管理（玩中学）案例二 如何降低工厂成本（做中学）单元六——品管圈推行及案例介绍壹 先由生活实例介绍QCC——婆媳之间贰 品管圈的定义叁 品管圈导入程序肆 品管圈推行程序伍 品管七大手法陆 案例说明：保证圈（本圈曾获台湾团结圈竞赛金塔奖）案例一 学生试做品管圈（玩中学）案例二 管理单位推行品管圈（做中学）单元七——推销实务壹 前言贰 推销的技巧叁 说服的技巧肆 成交的技巧伍 推销技巧的应用陆 结论案例一 男婚女嫁篇（玩中学）案例二 推销实务训练（做中学）单元八——营销战略壹 强者战略——大鱼吃小鱼贰 弱者战略——小鱼吃大鱼案例一 营销沙盘推演（玩中学）案例二 某公司营销营运计划书（做中学）单元九——企业识别体系壹 CIS概述案例一 大叶大学国际企业管理学系之cIs试作（玩中学）案例二 味丹食品公司的CIS（做中学）单元十——企业竞争力壹 前言贰 四省——省材料、省人力、省时间、省能源叁 四不省——品质提升、产品研发、市场开拓、教育训练费用不省案例一 管理游戏（玩中学）案例二 企业竞争力的提升（做中学）单元十一——企业诊断壹 前言贰 经营诊断叁 营销诊断肆 财务诊断伍 生产诊断陆 事业主诊断柒 经营者诊断案例一 组织诊断个案（玩中学）案例二 企业病诊断法（做中学）案例三 企业诊断个案（做中学）单元十二——员工教育训练壹 前言贰 教育训练简介叁 教育训练的架构肆 教育训练的运作伍 训练绩效简述陆 结语案例一 教育训练常用的视听媒体对记忆保持的验证（玩中学）案例二 某信息公司的教育训练（做中学）后记

章节摘录

市场占有率也是一样，当你的市场占有率比原来下降20%时，如果不采取行动，在下降到20%以后，就会被市场淘汰而没有办法再挽回，所以20%就变成再也不能下降的警戒线，因为超过20%就会以某一个加速度失去市场。

据日本开发银行的报告，欧洲各种不同汽车零件的生产问题，有人提议应该达到80%的国产化程度，因为日本到欧洲去投资生产汽车，有一部分零件是从日本进口，各位都知道这叫做KD件，而要维持利润，在欧洲当地生产的零件至少要80%。

同样的，美国对日本半导体要求零件的进口量不可达到20%，从数量来讲19%跟20%只是差1%而已；但这是一个警戒线。

这就显示了20%的魔力，如果进口量达到20%则美国就会叫了，而19%就不会叫，这跟定价为19.9 元还不到20元的感觉一样。

美国有一个对广告的统计数字，电视的广告最好控制在20%以内，我想各位也不喜欢看广告，如果广告量超过了20%，就是超过60分钟×20%：12分钟的话，就会抗议了。

另外一个例子是在一家家族企业中，父亲让儿子接棒当了总经理，他一上台就撤换了半数以上的职员，年轻的总经理以前总感到有很多障碍，所以一上台就把这些老臣一扫而光，再选用自己认为比较好的人，结果人际关系恶化，产品品质也不好了，到最后企业就倒闭了，早知道就只换20%的职员，所以人事的调动限度最好也是控制在20%以内。

六、股票投资管理股票会上涨也会下跌，股票在什么时候买卖，这里有两个上下限很重要，例如我现在买，假设是30元，30元×1.2 =36元，36元我们就卖出去，不管以后还会不会涨先卖出去，如果是跌的话，则36元×0.8 这是你的极限，就是买在“ 地板 ”，卖在“ 天花板 ”上，这样你就会赚钱，不然的话，如果一直在期望到最低点才买进，不知道会不会再跌，到底跌到多少才可以买。

所以只要跌20%就买进，涨20%就卖出，这就是在日本买卖股票的方法，因为20%是忍耐的极限。

……

第一图书网, tushu007.com

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