

升级版

【商务人士身边的管理助手，管理人士必备的工作手册】

管理常识全部掌握 管理问题全能读懂 管理技巧全都学会

# 不可不知的

不可不知的

# 1000<sup>个</sup>

1000

不可不知的

# 管理常识

最实用最全面的管理知识读本

高国伟 编著

商务版



中国法制出版社  
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

购书享超值服务(见封底)



不可不知的

不可不知的

1000

个

1000

管理常识

管理常识

高国伟 编著

中国法制出版社  
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

## 图书在版编目(CIP)数据

不可不知的1000个管理常识 / 高国伟编著. —北京:  
中国法制出版社, 2011. 9

ISBN 978 - 7 - 5093 - 3084 - 5

I. ①不… II. ①高… III. ①管理学 - 基本知识  
IV. ①C93

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第163401号

策划编辑:刘峰(52jm.cn@163.com) 责任编辑:郑文阳 封面设计:周黎明

---

## 不可不知的1000个管理常识

BUKE BUZHIDE 1000 GE GUANLI CHANGSHI

编著/高国伟

经销/新华书店

印刷/三河市紫恒印装有限公司

开本/710×1000毫米16

版次/2011年9月第1版

印张/22 字数/390千

2011年9月第1次印刷

---

中国法制出版社出版

书号 ISBN 978 - 7 - 5093 - 3084 - 5

定价:48.00元

北京西单横二条2号 邮政编码100031

网址:<http://www.zgfs.com>

市场营销部电话:66017726

传真:66031119

编辑部电话:66034985

邮购部电话:66033288

## 每天学点管理常识

管理学是一门系统研究管理活动的基本规律和一般方法的科学。全球杰出 CEO 杰克·韦尔奇认为，管理的真谛就是把复杂的问题简单化，把混乱的事情规范化。了解一些日常管理常识，对我们的工作和生活有着重要的意义。

掌握本书 1000 个管理常识，其实不需要花费太多的时间和精力。您可以每天抽出几分钟读上几个常识，或者把本书当成一个词典随时翻看查找。日积月累，您就会发现，读懂管理学其实很简单。我们希望读者：

**每天学点战略管理、组织管理、创新管理。**企业确立了使命后，就要根据环境及自身所具备的条件，谋划并确保决策的顺利实施，弄清楚组织中到底有些什么工作，谁去做什么，工作者承担什么责任，具有什么权力，与组织结构中上下左右的关系如何。而不断的创新，则是实现目标的力量源泉。

**每天学点财务管理、营销管理。**管理的目标是实现产值最大化、利润最大化、股东财富最大化以及企业价值最大化。而这些的实现最终都依赖于产品销售的完成。营销的实质是满足顾客的需求。如何发现并抓住顾客的需求，便是营销管理的手段和目的。

**每天学点人力资源管理、物流管理。**21 世纪的竞争是人才的竞争。人尽其用是人力资源管理的最高境界。人才通过做事体现价值，如何让员工把合适的产品以合适的数量和合适的价格，在合适的时间和合适的地点提供给客户，即是物流管理所要解决的基本问题。

**每天学点管理思想、管理艺术。**思想是对过往经验的分析和概括，管理思想是指导管理人员从事各项管理活动的路标和蓝图。与



同事和领导如何和谐相处，安排事情时如何统筹兼顾，这是本书将要教给您的管理艺术常识。

**每天学点宏观经济管理、微观经济管理。**如果能够对企业的经济活动进行整体上的控制和调节，为微观经济管理活动创造必要的条件，那么我们就能在管理活动中达到“别人疯狂时我冷静，别人冷静时我疯狂”的境界。

管理学千头万绪，但是本书只挑选了那些最贴近我们工作与生活的管理学知识；管理学博大精深，但是本书只用最通俗、最简练的语言来介绍管理学知识。

我们衷心的期盼，您能每天拿出几分钟时间，读一读这本书，学习一下管理学常识；我们也衷心地祝愿您，能够在错综复杂的管理学世界中游刃有余，工作和生活更上一个台阶！

## 第一章 不可不知的战略管理

战略管理 .....	1	CI 战略 .....	9
企业战略 .....	1	关键过程领域 .....	9
战略规划 .....	1	战略地图 .....	9
战略联盟 .....	2	关键绩效指标 .....	10
战略营销联盟 .....	2	经营理念 .....	10
市场营销战略 .....	2	核心能力 .....	11
战略业务单元 .....	3	六力分析模型 .....	11
三段式战略循环 .....	3	标杆分析法 .....	11
市场渗透战略 .....	3	五力模型 .....	12
多元化经营战略 .....	4	SWOT 分析法 .....	12
联合经营战略 .....	4	PEST 分析 .....	12
紧缩型战略 .....	5	STP 理论 .....	13
扩张型战略 .....	5	BCG 矩阵 .....	13
防御型战略 .....	5	安索夫矩阵 .....	14
集中化战略 .....	6	贝恩利润池分析工具 .....	14
差异化战略 .....	6	波特的价值链分析模型 .....	14
成本领先战略 .....	6	定性预测 .....	15
一体化增长战略 .....	7	定量预测 .....	15
市场开发战略 .....	7	德尔菲法 .....	15
产品开发战略 .....	7	市场领先者 .....	16
电子营销 4E 战略 .....	8	市场跟随者 .....	16
战略性人力资源管理 .....	8	市场挑战者 .....	17
CS 经营战略 .....	9	顾客导向 .....	17

竞争者导向 .....	17	系统优化原理 .....	27
技术导向 .....	18	信息催化原理 .....	28
需求导向 .....	18	同素异构原理 .....	28
产品导向 .....	18	激励强化原理 .....	28
顾客感知价值 .....	19	动态适应原理 .....	29
顾客满意 .....	19	核心人力资源 .....	29
顾客忠诚 .....	20	基于价值的领导 .....	29
生产观念 .....	20	变革型领导 .....	30
产品观念 .....	20	情境领导理论 .....	30
推动策略 .....	21	情境领导 II .....	30
拉引策略 .....	21	民主式领导 .....	31
B2B .....	21	集权式领导者 .....	31
BAB .....	22	战略领导者 .....	31
B2M .....	22	维持型领导者 .....	32
B2T .....	22	愿景领导 .....	32
B2G .....	23	第五级领导者 .....	32
C2C .....	23	团体迷思 .....	33
B2C .....	23	团队管理 .....	33
能力成熟度模型 .....	24	团体压力 .....	33
领导行为连续体 .....	24	团队建设法 .....	33
管理方格理论 .....	24	团队效能感 .....	34
ERG 理论 .....	25	团队冲突 .....	34
互补优化原理 .....	25	团队绩效 .....	35
能级层序原理 .....	26	高情商的团队 .....	35
公平竞争原理 .....	26	工作团队 .....	35
反馈控制原理 .....	26	虚拟团队 .....	36
弹性冗余原理 .....	27	自我管理型团队 .....	36
主观能动原理 .....	27	跨职能团队 .....	36
文化凝聚原理 .....	27		

## 第二章 不可不知的组织管理

组织管理 .....	38	虚拟组织 .....	48
企业愿景 .....	38	流程再造 .....	48
企业使命 .....	38	成长上限模式 .....	48
企业使命说明书 .....	39	公司治理结构 .....	49
企业文化 .....	39	累积投票制 .....	49
理念识别 .....	39	直线投票制 .....	49
行为识别 .....	40	代理投票 .....	50
视觉识别 .....	40	企业治理制度 .....	50
非营利组织 .....	41	外包 .....	50
无边界组织 .....	41	业务外包 .....	51
矩阵式组织 .....	41	人事外包 .....	51
职能型组织结构 .....	42	物流外包 .....	51
产品型组织 .....	42	软件外包 .....	52
事业部制组织结构 .....	42	大规模定制 .....	52
直线型组织结构 .....	43	协同商务 .....	52
区域型组织 .....	43	并购 .....	53
市场管理型组织 .....	43	协同效应 .....	53
项目型组织 .....	44	经营协同效应 .....	53
零时间组织 .....	44	管理协同效应 .....	54
有机式组织 .....	44	重组 .....	54
机械式组织 .....	45	产业链整合 .....	55
专家型企业 .....	45	行业整合 .....	55
网络型组织 .....	45	业务整合 .....	55
组织扁平化 .....	46	低风险扩张理论 .....	56
矩阵制组织结构 .....	46	并购效率理论 .....	56
自我管理团队 .....	47	层次分析法 .....	56
组织学习 .....	47	鱼骨图 .....	57
学习型组织 .....	47		



### 第三章 不可不知的创新管理

创新 .....	58	高绩效文化 .....	67
自主创新 .....	58	跨文化冲突 .....	68
价值创新 .....	58	薪酬管理 .....	68
产品创新策略 .....	59	建设性冲突 .....	68
莲花型创新模型 .....	59	破坏性冲突 .....	69
组织创新 .....	59	目标分解 .....	69
战略创新 .....	60	绿色沟通 .....	69
整合创新 .....	60	组织沟通 .....	69
知识创新 .....	60	沟通 .....	70
工艺创新 .....	60	业绩金字塔 .....	70
创新扩散模型 .....	61	工作要素法 .....	70
品牌创新 .....	61	关键事件技术 .....	71
创业投资 .....	61	项目管理 .....	71
创业力 .....	62	项目控制 .....	71
创业型领导 .....	62	项目管理三角形 .....	72
创业管理 .....	62	可行性研究报告 .....	72
创业导向 .....	63	工作分解结构 .....	72
创业模式 .....	63	项目建议书 .....	73
创业家 .....	63	分包 .....	73
创业计划书 .....	64	转包 .....	73
内部创业 .....	64	项目负责制 .....	74
二次创业 .....	64	项目进度计划 .....	74
软实力 .....	65	项目范围说明书 .....	74
弱文化 .....	65	项目范围变更 .....	74
柔性企业文化 .....	66	关键路径 .....	75
文化资本 .....	66	进度控制 .....	75
团队文化 .....	66	胜任素质 .....	75
外显文化 .....	66	人才测评 .....	76
强文化 .....	67	程序化决策 .....	76

技术外溢 .....	76	SaaS .....	78
技术经济决策 .....	77	物联网 .....	79
信息管理 .....	77	价值链信息化管理 .....	79
ERP .....	77	信息技术外包 .....	79
第三方物流信息系统 .....	78	增值网络 .....	80
地理信息系统 .....	78		

## 第四章 不可不知的财务管理

财务管理 .....	81	精益财务管理 .....	88
风险管理 .....	81	精细化财务管理 .....	89
全面风险管理 .....	81	柔性财务管理 .....	89
杜邦分析法 .....	82	集成化财务管理 .....	89
生物资产 .....	82	绿色财务管理 .....	90
存货资产 .....	82	资本经营型财务管理 .....	90
净现值法 .....	83	财务竞争力 .....	90
预算管理 .....	83	财务外包 .....	91
价值最大化目标 .....	83	资产负债表 .....	91
财务约束机制 .....	84	现金流量表 .....	91
财务运行机制 .....	84	损益表 .....	92
财务动力机制 .....	84	财务状况变动表 .....	92
财务协同效应 .....	85	财务报表附注 .....	93
财务预警 .....	85	利润分配表 .....	93
财务支撑力 .....	85	优序融资理论 .....	93
财务弹性 .....	86	权衡理论 .....	94
财务结构 .....	86	财务战略管理 .....	94
财务管理再造 .....	86	快速扩张型财务战略 .....	94
财务管理信息化 .....	87	稳健发展型财务战略 .....	95
财务流程再造 .....	87	防御收缩型财务战略 .....	95
财务规划 .....	87	资金筹集战略 .....	95
财务整合 .....	88	资金运用战略 .....	95
财务柔性 .....	88	资金投资战略 .....	96

收益分配战略 .....	96	财务杠杆 .....	101
利润分配战略 .....	97	财务风险 .....	101
信息披露制度 .....	97	财务流动性风险 .....	102
企业法人制度 .....	97	筹资风险 .....	102
企业产权制度 .....	98	投资风险 .....	103
公司资本制度 .....	98	经营风险 .....	103
营运能力 .....	98	购买力风险 .....	103
获利能力 .....	99	利率风险 .....	104
标准成本管理 .....	99	再融资风险 .....	104
目标成本管理 .....	99	营销风险 .....	104
全面成本管理 .....	100	营销渠道风险 .....	105
精益成本管理 .....	100	技术创新风险 .....	105
价值成本管理 .....	100	项目风险 .....	106
经营杠杆 .....	101	杠杆收购 .....	106

## 第五章 不可不知的营销管理

营销管理 .....	107	7Ps 营销理论 .....	113
市场 .....	107	市场营销信息系统 .....	113
市场营销 .....	107	市场调查 .....	113
营销计划 .....	108	消费者购买行为 .....	114
国际市场营销组织 .....	108	推销观念 .....	114
服务 .....	109	市场营销观念 .....	114
目标顾客 .....	109	社会营销观念 .....	115
目标市场 .....	109	整体营销观念 .....	115
市场营销环境 .....	110	营销战略三角模型 .....	116
市场细分 .....	110	利基营销 .....	116
七步营销体系 .....	110	伙伴营销 .....	116
4Ps 营销理论 .....	111	大市场营销 .....	117
4Cs 营销理论 .....	111	壁垒营销 .....	117
4Rs 营销理论 .....	112	整时营销 .....	117
4Vs 营销理论 .....	112	交叉营销 .....	118

知识营销 .....	118	产品 .....	130
服务营销 .....	118	产品形象 .....	130
定制营销 .....	119	产品形象设计 .....	131
合作营销 .....	119	产品属性 .....	131
关系营销 .....	119	产品规格 .....	131
形象营销 .....	120	产品特征 .....	132
体验营销 .....	120	产品结构优化 .....	132
差异化营销 .....	121	产品差异化 .....	133
无差异营销 .....	121	产品线 .....	133
集中营销 .....	121	产品组合宽度 .....	133
一对一营销 .....	122	产品组合深度 .....	134
数据库营销 .....	122	产品组合关联度 .....	134
全方位营销 .....	122	产品组合 .....	134
品牌营销 .....	123	公共关系 .....	135
整合营销 .....	123	公共关系活动 .....	135
整合营销传播 .....	124	大众传播 .....	135
接触管理 .....	124	广告 .....	136
人员推销 .....	124	广告目标 .....	136
内部营销 .....	125	POP广告 .....	136
直复营销 .....	125	招贴广告 .....	137
文化营销 .....	126	互动广告 .....	137
网络营销 .....	126	劝说式广告 .....	138
展会营销 .....	126	提示性广告 .....	138
网络直复营销 .....	127	理性诉求广告 .....	138
网络整合营销 .....	127	直销 .....	139
网络关系营销 .....	127	促销组合 .....	139
目标营销 .....	128	促销 .....	139
产品管理 .....	128	分销渠道 .....	140
商品 .....	128	渠道推广 .....	140
产品生命周期理论 .....	129	渠道压货 .....	140
特殊的产品生命周期 .....	129	渠道配额 .....	141
行业生命周期 .....	130	渠道改进决策 .....	141

渠道扁平化 .....	141	竞争导向定价法 .....	151
渠道差异化 .....	142	折扣定价 .....	152
渠道转换 .....	142	地理定价策略 .....	152
渠道整合 .....	142	产品差别定价法 .....	153
无缝营销渠道 .....	143	撇脂定价法 .....	153
互借渠道 .....	143	市场渗透定价策略 .....	153
渠道拦截 .....	143	目标利润定价法 .....	154
渠道组合 .....	144	声望定价法 .....	154
渗透式铺货 .....	144	整数定价 .....	154
选择性铺货 .....	144	认知价值定价法 .....	155
广告造势铺货 .....	145	随行就市定价法 .....	155
铺货 .....	145	电子商务 .....	155
冲货 .....	145	电子钱包 .....	156
试销 .....	146	第四方商务 .....	156
特通 .....	146	电子货币 .....	156
通路精耕 .....	146	电子协作 .....	157
渠道冲突 .....	147	EDI .....	157
广泛型分销渠道 .....	147	国际结算电子化 .....	157
选择型分销渠道 .....	147	数字签名 .....	158
特许经营 .....	148	商业智能 .....	158
独家代理 .....	148	POS 系统 .....	158
包装策略 .....	148	电子监管码 .....	159
包装管理 .....	149	ECR .....	159
设计管理 .....	149	品类管理 .....	159
品牌 .....	149	条形码 .....	160
品牌定位 .....	150	EAN 商品条码 .....	160
商标 .....	150	EIQ 分析 .....	160
品牌管理 .....	150	快速反应 .....	160
成本导向定价法 .....	151	虚拟价值链 .....	161
顾客导向定价法 .....	151	实体价值链 .....	161

## 第六章 不可不知的人力资源管理

人力资源管理 .....	162	Lifo 管理系统 .....	172
人力资产 .....	162	MBTI 人格理论 .....	172
人力资源配置力 .....	163	职业锚 .....	173
人力资源营销 .....	163	PDP 性格测试 .....	173
人才危机管理 .....	163	普莱斯模型 .....	173
人力资源共享服务 .....	164	莫布雷中介链模型 .....	174
人力资源外包 .....	164	马奇和西蒙模型 .....	174
超 Y 理论 .....	164	扩展的莫布雷模型 .....	174
阿吉里斯的不成熟—成熟理论 .....	165	锦标赛理论 .....	175
多维博弈人性假设 .....	165	个人偏见理论 .....	175
G 管理模式 .....	165	路径—目标理论 .....	176
吉尔布雷思动作研究 .....	166	领导生命周期理论 .....	176
时间研究 .....	166	李克特的四种管理方式 .....	176
差别计件工资制 .....	166	马斯洛的需求层次理论 .....	177
动作的经济原则 .....	167	双因素理论 .....	177
计件工资 .....	167	麦克利兰的成就动机理论 .....	178
计时工资 .....	168	需要理论 .....	178
人力资源能力成熟度模型 .....	168	公平理论 .....	178
人力弹性 .....	168	专业化分工 .....	179
人力弹性理论 .....	169	平衡计分卡 .....	179
认知相符理论 .....	169	工作分享 .....	179
事故倾向性理论 .....	169	工作动机 .....	180
舒勒的战略人力资源管理理论 .....	170	工作动机理论 .....	180
舒尔茨的人力资本理论 .....	170	工作满意度 .....	181
SONY 的 5P 原则 .....	170	动机 .....	181
冲突导向理论 .....	171	个性 .....	181
人力资源柔性管理的 OFF 模型 .....	171	授权 .....	182
人力资源柔性管理的 NFF 模型 .....	171	分权 .....	182
能力倾向测验 .....	172	集权 .....	182

情绪管理 .....	183	角色定位 .....	191
认知失调 .....	183	角色期待 .....	191
归因理论 .....	184	角色冲突 .....	191
强化理论 .....	184	立体群体 .....	191
期望理论 .....	184	社会群体 .....	192
冲突 .....	185	业内训练 .....	192
股份制 .....	185	行动学习法 .....	192
聘任制 .....	185	工作丰富化 .....	193
招聘 .....	186	工作扩大化 .....	193
委任制 .....	186	工作轮换 .....	194
无领导小组讨论 .....	186	成就动机 .....	194
结构化面试 .....	187	权力动机 .....	194
沉静领导者 .....	187	亲和动机 .....	194
目标置换效应 .....	187	能力动机 .....	195
员工关系管理 .....	187	岗位评价 .....	195
员工归属感 .....	188	岗位责任制 .....	195
员工满意度 .....	188	基准职位 .....	196
员工满意度调查 .....	188	蔓藤式晋升 .....	196
访谈法 .....	189	冲击式晋升 .....	196
员工忠诚度 .....	189	彼得原理 .....	197
员工满意度指数 .....	189	彼德反转原理 .....	197
多样性管理 .....	190	学习效应 .....	197
工作设计 .....	190	360度绩效评估 .....	197
群体 .....	190		

## 第七章 不可不知的物流管理

物流管理 .....	199	物资管理 .....	200
成本管理 .....	199	仓储管理 .....	201
生产管理 .....	199	六西格玛管理法 .....	201
物料管理 .....	200	供应链管理 .....	201
设备管理 .....	200	全面质量管理 .....	202

供应商管理 .....	202	库存管理 .....	213
储存合理化 .....	202	拉动式库存管理 .....	213
仓库选址 .....	203	推动式库存管理 .....	214
分布式库存系统 .....	203	存货管理 .....	214
零库存 .....	203	JIT 生产方式 .....	214
作业基础管理 .....	204	看板管理方法 .....	215
5S 现场管理法 .....	204	流程图 .....	215
购货与付款循环 .....	204	甘特图 .....	215
工序进度控制 .....	205	时间费用优化 .....	216
计划单位 .....	205	经济批量法 .....	216
敏捷制造 .....	205	粗能力计划 .....	216
柔性制造 .....	206	倒序排产 .....	217
精益生产 .....	206	产品导向法 .....	217
计算机集成制造 .....	206	测定基准法 .....	217
ABC 分类法 .....	207	成本控制即时化 .....	218
4R 业务管理系统 .....	207	标准资料法 .....	218
戴明循环 .....	208	网络计划技术 .....	218
PM 分析法 .....	208	计划评审技术 .....	219
并行工程 .....	208	滚动计划法 .....	219
串行工程 .....	208	分层计划法 .....	219
定员标准 .....	209	工艺导向法 .....	220
工作标准 .....	209	流程程序图 .....	220
操作合理化 .....	209	能力需求计划 .....	220
物料清单 .....	210	细能力计划 .....	221
安全标准 .....	210	批次管理 .....	221
工作组 .....	210	有限能力计划 .....	221
班组管理 .....	211	以量定期法 .....	222
精益管理 .....	211	以期定量法 .....	222
战术计划 .....	212	制造资源计划 .....	222
工作中心 .....	212	保险储备定额 .....	222
备件管理 .....	212	经常储备定额 .....	223
标识管理 .....	212	货物跟踪系统 .....	223
标准作业 .....	213		



## 第八章 不可不知的管理思想

管理科学学派 .....	224	科学管理 .....	233
管理过程学派 .....	224	韦伯的组织理论 .....	234
经理角色学派 .....	224	14项管理原则 .....	234
决策理论学派 .....	225	知识管理 .....	234
经验主义学派 .....	225	研发管理 .....	234
权变理论 .....	225	流程管理 .....	235
群体行为学派 .....	226	360度管理 .....	235
人际关系行为学派 .....	226	程序化管理 .....	235
社会系统学派 .....	226	绩效管理 .....	236
系统管理学派 .....	227	标杆管理 .....	236
行为科学学派 .....	227	参与管理 .....	236
新现代泰罗主义 .....	228	冲突管理 .....	237
新组织结构学派 .....	228	文化管理 .....	237
知识管理理论学派 .....	228	跨文化管理 .....	237
定位学派 .....	229	业绩导向管理 .....	238
环境学派 .....	229	忠诚管理 .....	238
计划学派 .....	229	客户关系管理 .....	239
结构学派 .....	230	危机管理 .....	239
能力学派 .....	230	目标管理 .....	239
企业家学派 .....	230	敏捷管理 .....	240
权力学派 .....	231	持续管理 .....	240
认识学派 .....	231	粗放管理 .....	240
设计学派 .....	231	创新管理法 .....	240
文化学派 .....	231	定性管理 .....	241
学习学派 .....	232	定量管理 .....	241
资源学派 .....	232	互动管理 .....	241
管理者角色理论 .....	232	家族式管理 .....	242
系统管理理论 .....	233	开明管理 .....	242
韦廉大内的Z理论 .....	233	流程化管理 .....	243