

南兆旭 滕宝红 主编

实用管理小百科

Handbook for Practical Management

↓ 管理理念

↓ 管理术语

↓ 管理方法

↓ 管理图表

↓ 管理条例

即
查
即
用
的
管
理
工
具

广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

实用管理小百科/南兆旭, 滕宝红主编. —广州: 广东
经济出版社, 2004.1

ISBN 7-80677-549-8

I. 实… II. ①南…②滕… III. 管理学—基本知识
IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 082801 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团
印刷	凸版印刷 (深圳) 有限公司 (深圳市宝安区创业路 27 工业区)
开本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印张	23.5 2 插页
字数	380 000 字
版次	2004 年 1 月第 1 版
印次	2004 年 1 月第 1 次
印数	1~6 000 册
书号	ISBN 7-80677-549-8 / C·34
定价	48.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话: [020] 83780718 83790316 邮政编码: 510100

邮购地址: 广州市东湖西路邮局 29 号信箱 邮政编码: 510100

(广东经世图书发行中心)

本社网址: www.sun-book.com

• 版权所有 翻印必究 •

目 录

Content

第 1 章

管理学原理

Management Principle

管 理

Management

效率
效果
效率与效果的关系
管理者角色

2
2
2
2

管理职能

Management Function

计划
组织
领导
控制

4
4
5
5

管理创新

Management Innovation

变革
变革的力量
结构变革
技术变革
人的变革
创造与创新
促进创新

6
6
6
7
7
7
7

科学管理思想 Scientific Management Thought

弗雷德里克·泰罗
科学管理理论
科学管理评价

8
8
9

一般行政管理 General Administration

法约尔管理法
韦伯行政管理

10
10

人力资源方法 Human Resource Approach

早期的倡导者
霍桑研究
人际关系运动

12
12
13

激励理论 Motivation Theory

马斯洛需求法
赫茨伯格双因素法
期望理论法
公平理论法
波特—劳勒模式
激励需求理论法

14
14
15
15
15
15

目标管理	<i>Management By Objectives</i>	企业价值评估	19
目标管理	16	价值流程管理	19
目标管理过程	16	时间管理	<i>Time Management</i>
价值管理	<i>Value Management</i>	时间计划	20
企业价值最大化	18	时间竞争	20
企业价值等式	18		

第 2 章

企业战略 *Corporation Strategy*

战 略	<i>Strategy</i>	企业使命	<i>Corporation Mission</i>
企业战略	26	建立企业使命的意义	34
企业战略思考要点	26	企业使命与企业目标	34
企业战略的关键要素	26	企业使命定位要素	34
战略管理层次	<i>Strategic Management Layers</i>	使命报告书	35
公司层战略	28	战略目标	<i>Strategic Objectives</i>
事业层战略	28	性质与内容	36
职能层战略	29	战略目标体系与类型	36
战略管理	<i>Strategic Management</i>	目标管理阶段	37
战略管理	30	战略环境	<i>Strategic Environment</i>
战略管理基本过程	30	宏观环境分析	39
战略管理定律	<i>Strategic Management Law</i>	行业环境分析	39
变革适应律	32	竞争环境分析	39
创造市场律	32	战略能力评估	<i>Strategic Ability Evaluation</i>
全程管理律	33	资源——战略能力评估框架	40
集中战力律	33	企业资源评估	40
		价值链分析	40

企业核心能力 <i>Competency</i>		阻止领先者的报复	55
竞争优势之源——核心能力	42	防御战略 <i>Defensive Strategy</i>	
核心能力特征	42	挑战者入侵	56
核心能力构成要素	43	防御战术	56
多层次核心能力竞争	43	防御战略	56
SWOT 分析法 <i>SWOT Analysis</i>		分散战略 <i>Scattering Strategy</i>	
SWOT 分析法的原理	44	基本原理	58
SWOT 分析法的应用	44	主要内容	58
竞争者分析法 <i>Competitor Analysis</i>		分散战略实施原则	58
未来目标	46	实施分散战略优点	58
假设	46	实施分散战略缺点	59
现行战略	47	集团化战略 <i>Groupization Strategy</i>	
潜在能力	47	基本原理	60
成本领先战略 <i>Cost-Leader Strategy</i>		集团化企业的联结纽带	60
成本领先优势	48	集团化企业的结合形态	60
成本领先者	48	生产集团化	60
常见错误	48	销售集团化	61
别具一格战略 <i>Differentiation Strategy</i>		企业合并战略 <i>Corporation Combination Strategy</i>	
别具一格	50	基本原理	62
别具一格来源	50	合并形态	62
成本	50	企业间合并	62
常见错误	51	合并条件	62
集中一点战略 <i>Focus Strategy</i>		选择合并目标	63
形式及适用条件	52	资产一体化方式	63
集中战略的风险	52		
运用方法	52		
进攻战略 <i>Offensive Strategy</i>			
进攻领先者的条件	54		
进攻领先者的途径	54		

第 3 章

行政管理

*Administration of Enterprise***行政管理学***Administrative Science*

行政学	68
行政理论	68
行政组织	68
行政过程	68
行政领导	68
人事行政	69
专门行政	69
行政立法和行政监督	69
行政方法和行政技术	69
行政效率和行政改革	69

激励原理*Motivation Principle*

物质动力	70
精神动力	70
信息动力	70
激励原理分析	71
行政意识	71

系统原理*System Principle*

整体性	72
内部相关性	72
环境相关性	72
目的同一性	73
行政道德	73
行政习惯	73

行政文化*Administrative Culture*

企业行政文化概要	74
企业行政文化结构	74

行政信念	75
------	----

行政价值	75
------	----

行政公关*Administrative Communication*

企业行政公关	76
行政公关对象	76

行政协调*Administrative Coordination*

企业行政协调	78
企业行政关系协调	78
行政协调方法	79

行政控制*Administrative Control*

行政控制要素分析	80
目标指向	80

行政监督*Administrative Supervising*

对企业行为的监督	82
对企业人员监督	82
企业行政过程监督	83

行政办公系统*Administrative Official System*

企业行政办公室	84
办公空间设计要求	84
办公空间设计方法	85
办公室标识管理	85

文书档案管理*Handbook & Files Management*

企业文书	86
企业档案	86
企业文书基础管理	86

文书管理组织系统	86	行政信息系统 <i>Administrative Information System</i>	
文书处理程序	86	企业信息传递系统	88
电子文件的管理	87	企业信息收集	89

第 4 章

人力资源管理

Human Resource Management

人力资源 *Human Resource*

人力资源内涵	94
人力资源外延	94
人力资源特征分析	94

人力资本 *Human Capital*

人力资本与智力资本	96
人力资本投资的专一性与专有性	96
人力资本投资的人际关系影响	97

人力规划 *Human Resource Planning*

人力资源规划含义	98
人力资源规划内容	98
人力资源规划类别	98
人力资源规划原则	98
人力资源规划模型	99

人力供求 *Human Resource Supply & Requirement*

人力资源供给预测	100
人力资源需求及其确定	101

人本管理 *Management Based in Human Resource*

人本管理基础分析	102
----------	-----

员工参与管理	102
网络时代“人本管理”的组织管理模式	103

工作分析 *Job Analysis*

工作分析概念	104
工作分析层次	104
工作分析内容	104

工作设计 *Job Design*

工作设计内涵	106
工作设计内容	106
影响因素	106
工作设计要求	106
工作设计方法	107

职位分类 *Classifying Deposition*

职位分类含义	108
职位分类原则	108
职位分类程序	109

人员招聘 *Advertising for Employees*

人员招聘原则	110
招聘基本程序	110
招聘渠道	111

面 试	<i>Interviewing</i>	量化指标	119
面试含义	112	人才流动	<i>Employees Flowing</i>
面试类型	112	人才	120
面试实施	112	人才流动及影响因素	120
面试成绩评定	113	勒温理论	121
面试成绩评定方法	113	库克曲线	121
培训管理	<i>Training Management</i>	薪酬管理	<i>Salary Management</i>
培训作用	114	薪酬	122
培训原则	114	薪酬构成	122
确定培训需求方法	115	早期薪酬理论	122
制定培训计划	115	近代薪酬理论	123
职业生涯	<i>Occupation Process</i>	现代薪酬理论	123
职业生涯含义	116	薪酬调控	<i>Salary Moderation</i>
职业生涯四阶段	116	薪酬调查	124
职业生涯管理	116	薪酬确定	124
职业生涯发展方向	117	人事档案	<i>Employees' Files</i>
绩效考评	<i>Performance Evaluation</i>	人事档案管理	126
绩效	118	人事档案管理制度	126
绩效考评	118	人事档案保管制度	126
绩效考评计划	119	人事档案利用制度	127
确定考评标准	119		

第 5 章

生产品质管理 *Production & Quality Management*

生产管理	<i>Production Management</i>	生产管理职能	132
生产管理目标	132	生产过程	132
运作管理	132	生产过程分析	133

生产过程组织	133	季节性变动	138
生产管理组织结构	133	循环变动	138
工业工程	133	预测方法	138
现场管理	133	最小二乘直线	139
生产系统	<i>Production System</i>	聚焦预测	139
生产系统设计	134	绝对平均偏差和标准偏差	139
生产系统控制	134	跟踪信号	139
生产类型	134	生产计划	<i>Production Plan</i>
备货生产方式	135	生产计划内容	140
订货生产方式	135	生产总体计划	140
精益生产方式	135	生产协作计划	141
大规模定制	135	标准件计划方法	141
大量生产	135	通用件计划方法	141
批量生产	135	专有件计划方法	141
单件生产	135	生产能力计划	<i>Productive Capacity Plan</i>
战略作业	<i>Strategic Operation</i>	生产能力	142
生产率	136	生产能力核定	142
竞争力	136	生产负荷	142
运作战略	136	生产能力计划	143
基于质量的战略	136	最佳作业水平	143
基于时间的战略	136	生产能力利用率	143
有限合理型决策	137	作业计划	<i>Operation Planning</i>
确定决策	137	均衡生产	144
风险型决策	137	节奏生产	144
不确定型决策	137	大量生产作业计划	144
生产管理决策	137	成批生产作业计划	144
生产投资决策	137	单件小批生产作业计划	144
生产品种决策	137	在制品定额法	144
生产诊断决策	137	累计编号法	145
生产预测	<i>Productive Forecast</i>	生产周期法	145
时间序列	138	甘特图	145
长期趋势与不规则变动	138		

新产品开发*New Products Development*

产品开发组织	146
产品开发流程	146
创意产生技术	146
产品设计	147
概念测试	147
市场试销	147
商品化	147
扩散过程	147

新产品设计*New Products Design*

制造设计	148
装配设计	148
装配效率	148
再循环和再制造	148
稳健设计	148
模块化设计	149
服务蓝图	149
质量功能展开	149

过程设计*Process Design*

工序	150
工序平衡	150
生产平准化	150
产品移动方式	150
流水生产	151
生产线	151
单一品种流水线	151
多品种流水线	151
混流生产	151
装配线	151
自动线	151
自动化生产	151

网络技术*Network Techniques*

责任矩阵	152
网络图法	152
虚活动	152
最早开始和结束时间	152
最迟开始和结束时间	153
松弛时间	153
关键路线	153

准时生产*Just-In-Time*

推式和拉式系统	154
集中工厂网络	154
源头质量	154
均衡工厂负荷	154
安灯系统	154
看板	155
看板管理	155
冻结区间	155

同步制造*Synchronous Manufacturing*

同步制造	156
约束理论	156
瓶颈、非瓶颈	156
次瓶颈资源	157
鼓、缓冲器与绳子	157

MRP 理论*MRP Theory*

物料需求计划	158
闭环 MRP	158
制造资源计划	159
总进度计划	159
物料清单	159
库存记录文件	159

5S 管理	<i>5S Management</i>	产品质量管理	<i>Product Quality Management</i>
整理	160	影响质量因素	168
整顿	160	顾客满意	168
清扫	160	质量管理体系	168
清洁	160	质量方针	168
素养	161	质量目标	168
6 sigma 管理	<i>6 Sigma Management</i>	质量管理	168
6 sigma 模式基本概念	162	质量改进	168
6 sigma 六项要素	162	持续改进	169
黑带和黑带大师	163	有效性	169
设备管理	<i>Equipment Management</i>	效率	169
设备购置计划	164	过程	169
设备的定位	164	产品	169
设备安装水平	164	程序	169
设备的试运转	165	质量计划	169
设备使用初期管理	165	质量策划	169
设备维护保养	165	质量管理体系	<i>Quality Management System</i>
IE 技术	<i>IE Techniques</i>	质量改进	170
工作研究范畴	166	不合格	170
工作研究程序	166	缺陷	170
程序分析	166	设计和开发	171
工艺程序图	167	ISO 9000 族标准	171

第 6 章

市场营销管理 *Marketing Management*

分销渠道	<i>Marketing Paths</i>	渠道结构密度	176
渠道长度	176	数量差异	176

品种差异	176	空壳网络	185
时间差异	177	柔性组织	185
空间差异	177	价值增值网络	185
分销渠道流程	177	营销预算 <i>Marketing Budgets</i>	
消费者行为 <i>Customs Behavior</i>		预算	186
消费者决策	178	预算阶段	186
消费者决策级别	178	基准线	186
问题解决的级别	178	总预算	187
介入的级别	178	柔性预算	187
无决策购买	179	营销调研 <i>Marketing Research</i>	
营销战略 <i>Marketing Strategy</i>		调研形式	188
可持续竞争优势	180	数据收集方法	189
竞争优势的基础	180	营销审计 <i>Marketing Audit</i>	
在市场中获得可持续竞争能力	180	营销审计内涵	190
战略三角	181	审计技术	190
营销计划 <i>Marketing Planning</i>		营销审计师	191
试验性目标	182	销售预测 <i>Marketing Forecast</i>	
外部环境	182	预测方法	192
市场	182	因果模型销售预测	193
顾客	182	市场细分 <i>Dividing Market</i>	
竞争	182	确定细分市场决策	194
公司	182	挑选研究计划	194
计算计划缺口	183	目标细分市场	195
问题诊断	183	产品定位 <i>Productive Position</i>	
搜寻战略	183	有效定位战略	196
营销组织 <i>Marketing Organization</i>		产品定位格局	196
营销组织与市场结构	184	实施定位战略	197
营销组织与信息处理	184	营销组合 <i>Marketing Combination</i>	
营销交流公司	184	性质和范围	198
营销联合公司	184		
营销网络	184		

四个基本功能	198	营销沟通实施	210
“4Ps” 分类	198	委托管理	211
促销组合要素	199	广 告 <i>Advertising</i>	
产品政策 <i>Productive Policy</i>		广告统计	212
用户需要	200	国际比较	212
产品生命周期	200	广告主	212
经营组合	201	广告公司	212
品 牌 <i>Brands</i>		市场研究	213
价值体现	202	广告过程	213
相关品牌组合	202	促 销 <i>Promotion</i>	
品牌信息等级	202	在价格基础上增加价值	214
品牌范围的扩展	202	以产品为基础的价值增加	214
品牌管理	203	有形附加价值促销	215
定 价 <i>Making Price</i>		以机会为基础的附加价值促销	215
定价的心理因素	204	人员销售 <i>Person Sale</i>	
竞争	204	直接推销员	216
定价目标	204	推销人员结构	216
定价战略	204	地区专业化	216
定价方法与技巧	205	产品专业化	216
零 售 <i>Retail</i>		市场专业化	217
零售变革理论	206	电话推销	217
零售形式	206	团队推销	217
零售的国际化	207	区域管理	217
直复营销 <i>Directed Marketing</i>		顾客满意 <i>Custom Satisfaction</i>	
机会和利益	208	顾客期望与满意	218
一次转变研究	208	顾客关怀的维度	218
可靠性实验	209	测度顾客关怀	219
持续监控和关系建立	209		
营销沟通 <i>Marketing Communication</i>			
四个代表性标准	210		

第 7 章

财务会计管理

Finance & Accounting Management

会计核算

Business Accounting

会计	224
会计核算前提	224
会计核算原则	224

会计要素

Account Factor

反映财务状况的会计要素	226
反映经营成果的会计要素	226
会计等式	227

会计科目

Account Subject

会计科目分类	228
会计科目表	229
会计科目编号	229

账 户

Accounts

账户结构	230
账户的分类	230

复式记账

Double-Entry Accounting

“借”、“贷”符号的含义	232
借贷记账法的账户结构	232
借贷记账法的记账规则	233
账户的对应关系和会计分录	233

会计凭证

Account Evidence

原始凭证的种类	234
原始凭证审核	234
记账凭证种类	235

会计账簿

Account Book

账簿的分类	236
各种账簿格式	236
记账凭证账务处理程序	237
汇总记账凭证账务处理程序	237

量本利分析

Quality-Cost-Profit Analysis

成本性态分析	238
保本点计算	239

时间价值

Time Value

货币的时间价值	240
单利的计算	240
复利	241
年金	241

筹资渠道

Raising Money Path

银行借款	242
项目融资	242
融资租赁	242
发行股票	242
发行债券	243
商业信用	243
吸引其他单位投资	243
内部筹措资金	243

应收账款

Accounts Receivable

管理成本	244
资金占用成本	244
坏账损失	244

信用政策	244	现金流量表分析方法	257
评价客户的资信程度	245	财务风险 <i>Finance Risk</i>	
客户信用等级	245	财务风险与杠杆利益的关系	258
增 值 税 <i>Value-Added Tax</i>		财务风险对股票价格的影响	258
一般纳税人和小规模纳税人	246	资本结构 <i>Capital Structure</i>	
增值税税收优惠	247	基本原则	260
企业所得税 <i>Income Tax</i>		最优资本结构	260
纳税人	248	对最优资本结构的判定	261
企业所得税的征税范围	248	股息决策 <i>Dividend Decision</i>	
企业所得税税率的规定及税额计算	248	股息的种类	262
减税、免税优惠	248	股息的支付方式	262
合法避税 <i>Law-Based Tax Evasion</i>		投资决策 <i>Investment Decision</i>	
投资企业类型的选择	250	投资决策净现值法	264
投资经营地点的选择	250	投资决策净现值指数法	264
关联企业间转移价格	250	投资决策内部收益率法	265
选择合适的筹资方式	250	节省现金方法	265
选择合适的结算方式	251	资本运营 <i>Capital Operation</i>	
选择恰当的成本费用组合和核算	251	资本运营内涵	266
资产负债表 <i>Balance Sheet</i>		运行机制	266
资产负债表的结构	252	企业并购 <i>Bear Hug</i>	
比率分析	252	公司并购	268
流动比率	252	并购类型	268
速动比率	252	企业并购理论	268
现金比率	252	买壳上市	269
损益表 <i>Income Statement</i>		杠杆收购	269
损益表结构	254	资产重组 <i>Assets Rearrangement</i>	
损益表内容	254	剥离与分立	270
损益表与净利润	255	债务重组	270
现金流量表 <i>Cash Flow Statement</i>		债务重组类型	270
现金流量表的结构	256		

债务重组	271	债务重组步骤	271
------	-----	--------	-----

第 8 章

物流管理 *Logistical Management*

物流管理	<i>Logistical Management</i>	包装技术	<i>Logistical Techniques</i>
物流定义	276	销售包装技术	286
物流基本职能	276	运输包装技术	286
物流分类	277	单个包装技术	286
物流系统	<i>Logistical System</i>	内包装技术	286
物流系统模式	278	外包装技术	286
物流系统要素	278	防震包装技术	286
物流系统特征	279	防锈蚀包装技术	286
物流信息	<i>Logistical Information</i>	防霉腐包装技术	286
物流信息概述	280	防虫害包装技术	287
物流信息与商流信息	280	真空包装	287
物流信息分类	280	充气包装	287
物流信息特点	281	收缩包装	287
物流信息系统	<i>Logistical Information System</i>	拉伸包装	287
物流信息系统	282	托盘	287
层次结构	282	集装袋	287
物流信息网络	283	包装合理化	287
包装材料	<i>Package Material</i>	包装标准化	287
木制包装容器	284	装卸搬运	<i>Carrying</i>
纸制包装容器	284	装卸搬运含义	288
塑料包装容器	285	装卸搬运特点	288
金属包装容器	285	按作业场所不同分类	289
玻璃包装容器	285	根据装卸搬运物品的属性进行分类	289

运 输*Trasportation*

运输的概念	290
运输的功能	290
运输合理化	291

储存保管*Storing*

储存保管意义	292
物品储存客观性	292
储存物品保管必要性	292
仓储	293
仓储功能	293

货 仓*Storehouse*

生产领域仓库	294
流通领域仓库	294
企业仓库	294
营业仓库	294
公用仓库	294
原料、产品仓库	294
商业物资综合仓库	294
农副产品仓库	294
一般专用仓库	294
特种危险品仓库	294
冷藏仓库	295
恒温仓库	295
战略物资储备仓库	295
简易仓库	295
平房仓库	295
楼房仓库	295
高层货架仓库	295
罐式仓库	295
港口仓库	295
车站仓库	295
工厂仓库	295

流通仓库

295

流通中心*Communication Center*

典型设施	296
流通中心功用	296
流通加工作用	297

ABC 分析法*ABC Analysis*

基本原理	298
一般程序	299

物流配送*Logistical Convey*

配送	300
配送中心配送	300
仓库配送	300
商店配送	300
单品种大批量配送	300
多品种少批量配送	300
配套成套配送	300
定时配送	300
定量配送	301
定时定量配送	301
定时定路线配送	301
即时配送	301
销售配送	301
供应配送	301
销售—供应一体化配送	301
代存代供配送	301
加工配送	301

配送中心*Convey Center*

配送中心含义	302
配送中心类别	302
配送中心职能	303