

现代管理者 手册

隋映辉 主编



中国人民大学出版社

现代管理者手册

隋映辉 主编

中国图书出版社

一九八七年·北京

现代管理者手册

隋映辉 主编

*

中国对外出版社出版

(北京西城区太平桥大街4号)

北京钓鱼台印刷厂印刷

新华书店首都发行所发行

开本787×1092毫米 1/32	印张12.75	字数267千字
1987年10月北京第1版	1987年10月	第1次印刷
印数1—12000		

ISBN 7—5050—0064—0/F·27

统一书号: 4271·325 定价: 3.10元

序 言

从管理科学问世以来，人们在长期的社会活动和生产实践中日渐懂得了这门科学的神功奇效。大量事实令人心自问：同是一样的技术和设备，同是一样的人，为什么会产生不同的生产效率和经济效益呢？不难结论，是因为在管理上存在着实质上差距。今天，随着管理知识的更新发展，有更多的管理者认识到，现代管理不仅包括狭义的方法论和计算机系统，更重要的是包括一个管理世界（管理观念变革和管理系统）。因此，完整的、全面的、系统的介绍现代管理知识与方法，是软科学工作者的重要任务。为此，我们在参阅了国内外大量资料和书籍的基础上，编写了这本《现代管理者手册》。本书是继《现代管理基础》出版后的又一本“配套书”。全书分为十六章，详细地介绍了现代管理概论、原理、政策和方法，其中，以相当篇幅介绍了一些新的管理知识。

本书条目清晰，内容系统，文字简炼，通俗易懂，可作为各级领导干部、管理人员以及院校学生掌握现代管理知识的必备读物。

参加本书编写人员有隋映辉、刘世禄、蔡孝良。隋映辉任主编。

我们相信，本书的出版，将会促使各级管理者真正理解和掌握现代管理的知识整体，从而在实际应用和推广中，产生更大的管理效能。

由于我们水平有限，书中肯定会存在不足之处，衷心期望广大读者提出宝贵意见。

编 者

1987年

目 录

序言

一、现代管理概论

管理理论的历史及其沿革	1
古典管理理论	1
行为科学理论	4
现代管理理论	5
系统管理	6
人本原理	7
动态原理	8
整分合原理	8
能级原理	9
弹性原理	10
动力原理	11
反馈原理	12
封闭原理	13
行为科学	14
库存论	15
泰罗制	15
宏观管理、中观管理、微观管理	16
设备管理组织	17
自我管理制	18
“协同”式管理制	18
阶段分工制	20
劳动管理	20

初级董事会制度.....	20
系统式管理组织结构.....	21
事业部制.....	22
职工建议制度.....	22
职能式组织管理结构.....	23
联合分权式管理组织结构.....	23
管理科学学派.....	24
职工代表大会制.....	24
年功序列制.....	25
岗位责任制.....	25
福特制.....	26
科研生产联合体.....	26
管理过程学派.....	27
行政组织理论.....	27
“最新管理”理论.....	28
人的现代化.....	29
西方企业经营管理思想的发展.....	30
新经营革命.....	31
“先市场、后生产”的新经营思想.....	31
新技术革命对社会经济、思想领域的影响.....	32
新技术革命对经营管理的影响.....	32
《第三次浪潮》.....	33
《大趋势》.....	34

二、现代管理与人才

人才.....	36
人才团.....	36
人才学.....	37
人才链.....	37
人机系统.....	38

人本主义心理学.....	38
个性.....	39
伯乐.....	39
• 宏观人才学.....	40
学位.....	40
学衔.....	40
顺境成才.....	41
逆境成才.....	41
科学人才学.....	41
智力结构.....	42
智力类型.....	42
智力工程.....	43
智力开发.....	43
智力投资.....	43
智力资源.....	44
智能互补.....	44
智能结构.....	45
智能教育.....	45
潜人才.....	46
人文科学.....	46
天才教育.....	46
自学成才.....	47
怎样鉴别人的创造力.....	48
创造型人才的基本特质.....	49
人才开发.....	50
人才战略.....	50
人才交流公司.....	51
人才群体结构.....	51
人的智力构成.....	51

人才成长的阶段.....	52
工程技术人员.....	52
人才制度.....	53
人才成长因素.....	53
人才创造四阶段论.....	53
人才交流咨询服务中心.....	54
学会.....	54
成才直接法.....	55

三、现代管理与教育

管理教育内容.....	56
管理教育层次.....	56
管理教育形式.....	57
管理教育的重要性.....	57
科学教育学.....	58
义务教育.....	58
专才教育.....	59
通才教育.....	59
开放教育.....	60
比较教育.....	60
未来教育.....	61
未来课程.....	61
电化教育.....	62
终身教育.....	62
知识生产的创造性.....	63
知识生产的扩散性.....	64
知识生产的延续性.....	64
知识生产的信息性.....	65
知识生产的继承性.....	65
知识生产的探索性.....	66

知识生产的累积性.....	66
科学教育.....	66
继续工程教育.....	67
教育未来学.....	68
教育技术学.....	68
教育工程学.....	69
教育经济学.....	69
教育社会学.....	70
教育心理学.....	70
经营管理教育.....	71
案例教学法.....	71

四、现代管理与咨询

咨询.....	72
管理咨询.....	72
管理咨询原则.....	73
管理咨询分类.....	74
咨询的主要功能.....	75
管理咨询的主要任务.....	75
管理咨询的范围和内容.....	75
管理咨询程序.....	76
管理咨询应注意的几个环节.....	78
管理咨询形式.....	79
咨询业务分类.....	79
咨询工作的道德规范.....	80
管理咨询人员的素质.....	81
咨询费用.....	82
咨询费用的计算类型.....	84
管理咨询中评价选择改进方案常用方法.....	85
管理咨询中研究改进建议常用的方法.....	89

管理咨询中调查前常用的方法	89
我国的咨询组织形式	90
脑库(思想库,智囊团)	91
日本的企业诊断	93
联邦德国的企业管理咨询	94
经营战略咨询	95
市场营销咨询	96
经营管理组织咨询	96
生产管理咨询	97
劳动人事管理咨询	97
物资管理咨询	97
质量管理咨询	98
财务成本管理咨询	99
应用计算机咨询	99
罗马俱乐部	100
世界未来学会	100
兰德公司	101
西门子公司	103
斯坦福国际咨询研究所	104
野村综合研究所(NRI)	105
三菱综合研究所(MRI)	107

五、现代管理决策与预测

管理决策	109
决策的作用与意义	109
科学决策的主要特点	110
决策的类型	110
决策的基本程序	112
经营决策的实质	114
预测的基本概念	114

预测的作用与意义.....	115
预测阶段的划分.....	115
预测期限.....	116
预测方法.....	117
进行预测要有系统观点.....	117
进行预测要有联系的观点.....	118
进行预测要有发展的观点.....	119
进行预测要有运动的观点.....	119
预测应用.....	120
市场预测.....	121
市场预测的主要内容.....	121
市场的地位分析.....	122
常用的几种市场预测方法.....	124
顾客需要直接调查法.....	125
市场试销法.....	125
德尔斐法.....	126
市场因子推演法.....	129
市场预测的主要作用.....	129
 六、现代管理与信息	
信息.....	131
信息方法.....	131
信息化社会.....	132
信息市场.....	133
全球信息系统.....	133
技术经济情报.....	133
信息爆炸.....	134
知识产业.....	134
尖端复合产业.....	134
电视书刊.....	135

经济信息.....	135
经营信息系统.....	135
现代化的情报技术.....	136
信息革命.....	136
信息科学.....	137
信息的六大特征.....	137
信息网络系统.....	138
反馈.....	138
反馈方法.....	139
三C四A革命.....	139
信息库.....	140
信息空间.....	149
管理情报.....	140
管理信息系统.....	140
情报工作现代化.....	141
信息经济.....	141
信息工业.....	142
科学情报.....	142
科技情报.....	143
情报调研.....	143
光盘.....	144
激光.....	144
视频化社会.....	145
传真.....	145
卫星通讯.....	146
光通信.....	146
信息的“消费化”.....	147
无现金和支票的社会.....	147
银行服务电子化.....	147

电子图书馆	148
应用卫星	148
通信卫星	149
光导纤维	150
数据通信	150
空间通信	151
通信终端设备	151
综合业务数字网	152
存贮程序控制电话交换机	152
电话传视	153
电脑电话	153
电视会议	154
财经传视	154
电视电话	155
信息社会工程	155
信息技术	156
信息处理	156
信息银行	157
管理信息系统	158
管理型数据处理系统	159

七、现代管理与经营

企业经营管理思想	161
经营目标	161
经营目标体系	162
制定经营目标的作用与意义	162
制定经营目标的原则	163
经营方针及其内容	163
经营决策的基本原则	164
经营计划	165

经营计划与生产技术、财务计划的异同.....	165
成本管理.....	166
产品成本.....	167
成本管理的内容与重要性.....	167
产品成本的计算.....	168
成本计划.....	169
成本计划的编制.....	169
成本的控制.....	170
成本分析.....	170
降低成本的主要途径.....	171
变动成本法的应用.....	171
变动成本法.....	172
变动成本法的特点.....	173
利润.....	174
商业利润.....	174
毛利与毛利率.....	175
反映企业利润水平的指标.....	175
利润率.....	176
利润的分配.....	177
企业增加利润的主要途径.....	177
八、现代管理与计划	
计划管理.....	178
计划管理的任务.....	178
计划管理的原则.....	178
计划工作.....	179
计划的实施.....	179
计划的编制.....	180
生产技术准备的计划工作.....	181
生产技术准备工作.....	181

自动生产线.....	182
生产过程.....	182
生产过程的组织要求.....	183
生产计划的内容.....	184
科学研究计划.....	184
生产技术财务计划.....	184
计划指标体系.....	185
劳动定额.....	185
计划的控制.....	186
计划的种类.....	187
生产作业计划.....	187
生产能力利用率.....	187
生产能力的计算.....	188
市场的形成与发展.....	189
市场的特征.....	189
市场的作用.....	190
市场的划分.....	191
商品市场.....	191
货币市场.....	191
劳务市场.....	192
九、现代管理与技术	
技术.....	193
高技术.....	193
技术革新.....	194
技术革新周期.....	194
技术转让.....	195
技术引进.....	195
技术贸易.....	196
十项关键技术.....	196

技术诀窍·····	197
技术研究课题选择的原则·····	198
技术研究课题选择的条件·····	198
技术研究课题的来源与分类·····	199
技术开发的概念·····	199
技术开发的内容·····	200
技术档案的管理·····	200
技术开发的计划管理·····	201
技术开发的质量管理·····	201
技术开发的经济管理·····	202
适用技术·····	203
无缺点管理·····	203
工程项目管理·····	204
项目评价·····	206
可行性研究·····	207
设计试制过程的质量管理·····	208
生产过程的质量管理·····	208
使用过程的质量管理·····	209
质量管理常用的几种方法·····	210
质量计划管理·····	210
质量教育工作·····	211
质量责任制·····	211
全面质量管理的基础工作·····	212
标准化工作·····	212
质量情报工作·····	212
计量工作·····	213
质量管理体系·····	213
全面质量管理·····	214
质量的概念·····	214

新产品设计管理.....	216
新产品的鉴定.....	216
新产品.....	216
新产品开发.....	217
新产品的开发方式.....	217
新产品开发研究的评价.....	218
科技成果.....	218
基础研究.....	219
应用研究.....	219
开发研究.....	220
技术转移及其类型.....	220
新产品设计程序.....	220
新产品设计方案的经济评价.....	222
新产品试制的程序.....	223
新产品试制的组织工作.....	224
技术情报工作.....	224
技术管理.....	224
技术评价.....	225
技术评价的对象.....	225
技术评价的方法.....	226
技术评价程序.....	226
技术市场.....	227
技术市场的分类.....	227
技术市场的一般属性.....	228
技术市场的特性.....	229
买方在成交前的准备.....	230
卖方在成交前的准备.....	230
技术商品的谈判与成交.....	231
星火计划.....	231