

吴著书 编



管理者的365天

模型 · 思考 · 决策

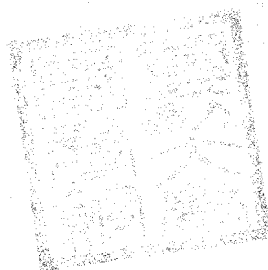
管理者的365天

模型·思考·决策



吴著书 编

湖北科学技术出版社



管理者的365天——模型·思考·决策

吴著书 编

湖北科学技术出版社出版 新华书店湖北发行所发行
湖南华容县印刷厂印刷

787×1092毫米 32开本 13.75印张 307,000字

1986年12月第1版 1986年12月第1次印刷

印数：1—17,000

统一书号：17304.143

定价：2.75元

编 者 的 话

我国的“四化”建设，需要一大批有效的企业管理者；凡想有所作为的厂长或经理，没有不愿成为有效的管理者的。为了让企业管理者冠之以“有效”，编者在湖北省技术经济与管理现代化研究会、湖北省企业管理协会、湖北省厂长(经理)工作研究会和黄石市企业管理协会的委托下，编了这本《管理者的365天——模型·思考·决策》，其目的是让企业管理者每天抽出半个小时左右的时间，围绕一个管理问题学习与思考，触类旁通，活跃思想，集思广益。这样坚持一个春夏秋冬，定会收益不浅。

本书在编写过程中，自始至终受到武汉钢铁学院孙宝瑾副教授的指导与帮助，在此谨表谢意。在这里还要向本书参考书籍的作者、译者表示感谢，没有这些著(译)作，本书是很难编写成功的。这本书出版后，希望他们批评指正。中国有色金属公司第五建设公司经理孙树华，黄石市锻压机床厂党委书记黄柏华、厂长周建国，黄石市无线电厂厂长陈福东，黄石市抗菌素厂厂长阚远锋等同志对这本书的出版给予了很大的帮助，在此一并致谢。

由于本书按一年“365”天来编写，书中所列内容势必有限性和片面性；又由于编者学识水平有限，舛误之处有所难免，尚祈读者不吝指正。

编 者

一九八五年十二月

目 录

1. 管理的概念.....	1
2. 管理理论与科学.....	2
3. 管理科学的特殊性.....	8
4. 科学管理.....	4
5. 管理的基本观点.....	5
6. 管理概念体系.....	6
7. 古典管理理论.....	7
8. 企业.....	9
9. 法人.....	10
10. 法人的权利能力和行为能力.....	12
11. 企业管理二重性.....	13
12. 企业管理的任务.....	14
13. 管理过程.....	15
14. 企业管理循环图.....	16
15. 杰出企业的八大特征.....	17
16. 管理的对象.....	18
17. 经营与管理.....	19
18. 经营思想.....	20
19. 经营与环境.....	21
20. 管理的主要职能.....	22
21. 管理学的一般原理(一).....	24
22. 管理学的一般原理(二).....	25
23. 现代企业管理新导向模式.....	27

24. 企业的全部活动	28
25. 改革的管理	29
26. 人力资源管理	30
27. 泰罗的“科学管理”原则	31
28. 管理方法论的基础	32
29. 企业素质	34
30. 企业素质的构成因素	35
31. 企业素质的衡量	36
32. 发展企业文化	37
33. 管理实践——过去和未来的对比	38
34. 组织的先行性	40
35. 组织职能	41
36. 组织活动的活跃化	42
37. 组织健全与提高效率	43
38. 组织学中的战略方法	44
39. 有生气的管理结构	45
40. 组织十原则	46
41. 控制幅度及管理工作	47
42. 统一指挥	48
43. 统一指挥与法约尔桥	49
44. 统一领导	50
45. 组织设计十二项原则	51
46. 组织结构的形式(一)	52
47. 组织结构的形式(二)	54
48. 支持关系型管理体制	56
49. 组织控制(一)	57
50. 组织控制(二)	58
51. 组织机构是否健全	59

52. 独断独行型管理组织	60
53. 平行和垂直兼职	61
54. 复数的上级	63
55. 正式组织与非正式组织	64
56. 领导的定义	65
57. 领导与管理	66
58. 成功领导的重要法则(一)	67
59. 成功领导的重要法则(二)	68
60. 成功领导的重要法则(三)	69
61. 领导方法提示	70
62. 领导作出好榜样	71
63. 领导人员的稳定	72
64. 领导的品质论	73
65. 如何评议管理者	74
66. 职工对主管者的期待	76
67. 管理者自我诊断	78
68. 具体管理活动表	79
69. 某管理者日程安排和工作种类	80
70. 高级管理人员须知	82
71. 经理的工作作风	84
72. 经理的信念	85
73. 管理者需要有丰富的创造力	86
74. 管理者自戒	87
75. 管理者的技能	89
76. 管理者行为准则	91
77. “主管”与“专家”	92
78. 效率十二原则	93
79. 管理者的职责和工作能力	94

80. 用某“一”方面有所长的人	95
81. 过份威严与超然	96
82. 如何培训下属	97
83. 如果得60分的话	98
84. “愿用”、“会用”、“敢用”人才	99
85. 把“为什么”当作企业中的大事	100
86. 要判断是“泥船”还是“木船”	101
87. 如何诊断自己的时间	102
88. 认识自己的时间	103
89. 关键是说服,而不是权力	104
90. 当机立断	105
91. 不择手段同机敏和独创	106
92. 创造有利环境的步骤	107
93. 高质量工作生活含义	108
94. 三个绩效	109
95. 首创精神	110
96. “样样都是”,必然一无是处	111
97. 使上司能展其所长	112
98. IBM—我被轮换	113
99. 反面意见的运用	114
100. 衡量业务能力的八项尺度	115
101. “将者,智信仁勇严也”	116
102. 如何摆脱“昨天”	117
103. 分派工作与推卸责任	118
104. 定期向自己提出问题	119
105. 不要在工作细节上耗费精力	120
106. 见人所短者是弱者	121
107. 三个往往不如一个	122

108. 权力	123
109. 权力与责任	124
110. 授权	125
111. 权限及其授权	126
112. 何时考虑授权	128
113. 授权者与被授权者	129
114. 实施授权的原则(一)	130
115. 实施授权的原则(二)	131
116. 授权是科学也是艺术	133
117. 协调	134
118. 协调的职能	135
119. 管理者的价值取向	136
120. 管理的动态观念	137
121. 协作体系与协作环境	138
122. 成功会议的模式	139
123. 解决问题的会议	140
124. 产生观念的会议	141
125. 会议的领导者如何协调	142
126. 小组会议——奥斯本震脑法	143
127. 小组会议——戈登法	144
128. 控制的内容	146
129. “压力”四分图	148
130. 企业纪律	150
131. 管理规章订定准则	151
132. 现场控制	152
133. 影响纪律秩序的问题与解决方法	153
134. 决策的冲击	154

135. 决策的概念	155
136. 决策类型和组织层次	156
137. 决策与组织	157
138. 决策的类型	158
139. 企业的发展策略(一)	159
140. 企业的发展策略(二)	161
141. 企业的发展策略(三)	162
142. 决策与管理信息	163
143. 管理决策与系统思想(一)	164
144. 管理决策与系统思想(二)	165
145. 决策分析(一)	166
146. 决策分析(二)	168
147. 经营失败的原因	169
148. 投资决策的可行性研究	170
149. 技术改造项目可行性研究步骤	171
150. 不同方案的经济效益比较(一)	172
151. 不同方案的经济效益比较(二)	174
152. 个别产品决策	175
153. 风险型决策必须具备的条件	176
154. 决策法与心理学的关系	177
155. 决策人的个人特征(一)	178
156. 决策人的个人特征(二)	179
157. 决策人的个人特征(三)	180
158. 价值工程中“价值”的含义	181
159. 价值工程实施步骤	182
160. 提高商品价值的途径	184
161. 系统原理	185
162. 整合原理	186

163. 反馈原理	187
164. 封闭原理	188
165. 能级原理	189
166. 弹性原理	191
167. 动力原理	192
168. 系统的基本性质	193
169. 系统研制	194
170. 全过程的系统管理	195
171. 企业系统的目的	196
172. 企业系统的基本要素	197
173. 企业系统的子系统	198
174. 管理的环境	199
175. 信息系统	200
176. 信息与决策	201
177. 物流与信息流模式	202
178. 信息的模糊度	203
179. 负反馈	204
180. 信息类型与组织层次	206
181. 管理社会学	208
182. 企业管理的美学观点	209
183. 企业的道德观念	210
184. 企业管理心理学	211
185. 企业政治思想工作的依据	212
186. 灵活运用“禁”与“导”	213
187. 保持思想工作的“弹性”	214
188. 思想工作中“抗药性”的根源	215
189. 社会主义劳动竞赛的内容	216
190. 管理与个人的态度	217

191. 对人的管理的本质	218
192. 经营管理方格论	219
193. 人的形象模型	221
194. 影响人际关系的因素	223
195. 人类行为的概念	224
196. 行为的模式	225
197. 行为动机的测量方法(一)	226
198. 行为动机的测量方法(二)	227
199. 行为动机的测量方法(三)	228
200. 马斯洛的需要等级理论	229
201. x理论与y理论	230
202. 超y理论(权变理论)	231
203. 激励	232
204. 激励模式	233
205. 激励工作动机的一般方法	234
206. 激励对职工的影响	236
207. 人类需要变化和管理体制	237
208. 畅谈会	239
209. 信任关系的建立	241
210. 计划的定义	242
211. 计划职能	243
212. 计划的层次	244
213. 计划的原则	246
214. 制定计划的程序(一)	248
215. 制定计划的程序(二)	249
216. 编制生产计划所需资料	250
217. 制订计划的滚动方式图	251
218. 目标管理	252

219. 企业总目标的展开	253
220. 目标管理实施程序(一)	255
221. 目标管理实施程序(二)	256
222. 确定目标应遵循的原则	257
223. 经营目标的具体内容	258
224. 管理行动效果模型	259
225. 企业管理基础工作	261
226. 定额	262
227. 计量工作	263
228. 生产经营计划的内容	264
229. 生产管理的指导原则	265
230. 生产管理的内容与目标	266
231. 生产管理人员职责	268
232. 生产管理主要方面	269
233. 生产类型	270
234. 生产类型的因素	271
235. 生产过程	272
236. 对象专业化	273
237. 工序能力指数	274
238. 工作日写实的作用和种类	275
239. 作业疲劳研究	276
240. 作业组合	277
241. 作业组合的内聚性	278
242. 作业环境	279
243. 改善车间作业	280
244. 车间主任的职责	281
245. 创造生机勃勃车间的要诀	282
246. “看板”管理	284

247. 劳动”专业化原则	285
248. 专业化协作水平的衡量	286
249. 工艺装备系数	288
250. 工艺方案的经济评价	289
251. 批量的种类和制定方法	290
252. 劳动定额	291
253. 时间定额的构成	292
254. 三点估算法	293
255. 技术开发的种类	294
256. 技术继承的有效方法	295
257. 企业改造类型	296
258. 质量管理的定义	297
259. 质量保证体系	298
260. 质量管理格言	299
261. 质量控制	300
262. 质量成本	301
263. 最佳质量成本模型	302
264. 工序质量和工作质量	303
265. PDCA循环工作法	304
266. 质量情报的收集	305
267. 全面质量管理的基本观点	306
268. 检验质量管理的基本观点	307
269. 质量成本与销售价格	308
270. 全数检查和抽样检查	310
271. 设备管理与其他管理关系	311
272. T P M的基本思想	312
273. 设备故障曲线	313

274. 设备的无形损耗	314
275. 库存类型	315
276. 库存管理的目标	316
277. 库存记录	317
278. ABC分析法	318
279. 物资管理的指标	320
280. 消耗	322
281. 物资消耗定额管理的内容	323
282. 采购职能	324
283. 编制物资供应计划的程序	325
284. 经济订购批量法	326
285. 能源利用效果分析	327
286. 职工需要量计算	328
287. 安全管理的概念与体系	329
288. 企业管理与安全生产	330
289. 劳动保护具体内容	331
290. 企业信誉	332
291. 企业竞争	333
292. 经济法的本质	334
293. 合同	335
294. 经济合同	336
295. 签订经济合同的基本原则	337
296. 生产导向与顾客导向	339
297. 顾客的欣赏	340
298. 购买动机	341
299. 经营安全率	342
300. 涉外经济合同争议的解决	344
301. 商标的功能	345

302. 税收的特征	346
303. 产品系列公布象限图	347
304. 疲软产品	349
305. 市场调查	350
306. 市场开拓和市场分类	351
307. 四象限评价法	352
308. 产品寿命周期	353
309. 产品寿命周期评价法(一)	354
310. 产品寿命周期评价法(二)	355
311. 拟订计划所需要的预测情报	357
312. 市场预测	358
313. 市场预测——经验判断法	359
314. 市场预测——分析计算法	361
315. 新产品的特征	363
316. 新产品开发	364
317. 产品开发的内容	365
318. 销售合同执行情况分析	366
319. 合同履约率和产品适销率	367
320. 产品销售的分析	368
321. 一加一必须不等于二	370
322. 广告·宣传·推销	371
323. 广告是一项专门的学问	372
324. 广告的表现形式	373
325. 生产单位提供服务	374
326. 财务管理的任务	375
327. 财务分析指标体系(一)	376
328. 财务分析指标体系(二)	378
329. 产品成本与产品价值的关系	379

330. 企业经营类似钓鱼	380
331. 产品成本的构成	381
332. 成本分析	382
333. 边际收益和边际收益率	383
334. 成本管理须知	384
335. 总成本和单位成本	385
336. 标准成本	386
337. 沉没成本	388
338. 机会成本	389
339. 边际成本	390
340. 降低库存成本十诀(一)	392
341. 降低库存成本十诀(二)	393
342. 生产费用要素	395
343. 商品产值	396
344. 盈亏临界点分析的财务模型	397
345. 固定资产折旧和大修理基金提存	398
346. 资金的时间价值	399
347. 流动资金	400
348. 流动资金定额(一)	401
349. 流动资金定额(二)	402
350. 利润	403
351. 预算的三大机能	404
352. 价格需求弹性	405
353. 积压产品的合算价格	406
354. 经济活动分析的方法(一)	408
355. 经济活动分析的方法(二)	410
356. 经济活动分析的方法(三)	411
357. 企业管理咨询	412