



中国职业经理人研究会◆主编

ZHIYE JINGLIREN

职业经理人 资格认证教材

ZIGE RENZHENG JIAOCAI



中国经济出版社
www.economyph.com

职业经理人资格认证教材

(下 册)

中国职业经理人研究会 主编



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

目 录

上 册

序 言	1
-----------	---

第一篇 经济学原理篇

第一章 经济学的起源与发展	2
第一节 经济学的起源	2
第二节 经济学的发展	3
第二章 经济学导论	6
第一节 经济学的研究对象	6
第二节 经济学的研究方法	8
第三节 微观经济学和宏观经济学	11
第三章 需求和供给理论	12
第一节 需求函数和市场需求	12
第二节 供给函数和市场供给	14
第三节 供给和需求的弹性理论	16
第四章 消费者行为理论	20
第一节 欲望和效用	20
第二节 边际效用与消费者行为	22
第三节 消费者均衡的运动	25
第五章 生产和成本理论	28
第一节 生产和成本	28
第二节 生产函数	30
第三节 成本理论	33
第六章 市场结构和厂商均衡理论	37
第一节 市场结构和利润最大化	37
第二节 厂商短期均衡理论	41

第七章 国民产出和国民收入核算	45
第一节 国民产出和国民收入	45
第二节 生产总值核算	47
第八章 货币、利率和国民收入	52
第一节 货币和货币供给	52
第二节 货币的需求	56
第三节 利率、投资和国民收入	57
第九章 通货膨胀与失业	59
第一节 通货膨胀	59
第二节 失业	63
第三节 通货膨胀与失业的关系	64
附录 经济学原理的主要概念	66

第二篇 管理学原理篇

第一章 管理学的起源与发展	68
第一节 管理学的形成	68
第二节 古典管理学理论	70
第三节 行为管理理论	72
第四节 现代管理学理论	73
第二章 管理学导论	75
第一节 管理活动	75
第二节 管理意识	78
第三节 管理的职能	80
第三章 计划	82
第一节 计划的概念及其性质	82
第二节 计划的类型	84
第三节 计划的编制过程	86
第四章 组织	89
第一节 组织的概念及其类型	89
第二节 企业组织结构的设计及运行	93
第五章 领导	97
第一节 领导的概念及其功能	97
第二节 激励的概念及其相关理论	99
第三节 沟通原理及管理	104
第六章 控制	108
第一节 控制的概念及性质	108

第二节 控制过程	110
第三节 控制方法	114
第七章 创新	117
第一节 创新的内涵	117
第二节 管理创新的方法	120
第三节 知识管理	123
附录 管理学原理的主要概念	126

第三篇 战略管理篇

第一章 企业战略管理概论	128
第一节 企业战略的概念和构成要素	128
第二节 企业战略的层次	129
第三节 企业战略管理的概念及过程	131
第二章 企业外部环境分析	134
第一节 宏观环境分析	134
第二节 行业竞争力分析	137
第三节 企业竞争对手分析	141
第三章 企业内部环境分析	143
第一节 企业的资源与能力	144
第二节 SWOT 分析	146
第三节 投资组合分析法	148
第四节 企业的价值链分析	152
第四章 企业的竞争战略	155
第一节 成本领先战略	156
第二节 差别化战略	159
第三节 重点集中战略	161
第四节 夹在中间	163
第五节 不同行业时期下的企业竞争战略选择	164
第五章 企业的发展战略	170
第一节 横向一体化战略	170
第二节 纵向一体化战略	172
第三节 多元化战略	173
第四节 国际化战略	180
第六章 企业战略的评价与控制	185
第一节 战略的评价方法	185
第二节 战略的控制	189

关键概念一览表	192
---------------	-----

第四篇 财务管理篇

第一章 财务管理基础	194
第一节 财务管理的会计基础	194
第二节 财务管理的内涵	199
第三节 财务管理的价值观念	200
第二章 营运资本管理	205
第一节 现金管理	205
第二节 存货管理	209
第三节 应收账款管理	210
第四节 流动负债管理	213
第三章 长期投资决策	216
第一节 投资项目评估	216
第二节 投资方式选择	220
第四章 长期筹资决策	222
第一节 长期筹资方式	222
第二节 资本成本分析	225
第三节 经营杠杆与财务杠杆	229
第四节 资本结构决策	232
第五章 股利政策	234
第一节 影响股利政策的因素	234
第二节 股利政策的选择	236
第六章 财务分析与预测	239
第一节 财务报表分析	239
第二节 财务报表预测	250
附录 财务管理的主要概念	254

第五篇 营销管理篇

第一章 市场营销概论	256
第一节 市场和市场营销	256
第二节 营销管理	256
第三节 营销观念	257
第四节 营销环境	259
第二章 市场购买行为分析	260
第一节 消费者购买行为分析	260

第二节 产业市场购买行为分析	263
第三章 市场调研与预测	267
第一节 市场调研的步骤与方法	267
第二节 市场预测的程序与方法	269
第四章 目标市场选择	274
第一节 市场细分	274
第二节 目标市场的选择	278
第三节 市场定位	281
第五章 产品和产品策略	283
第一节 产品和产品组合策略	283
第二节 品牌策略	285
第三节 包装策略	288
第四节 产品生命周期	289
第五节 新产品开发策略	292
第六章 价格策略	295
第一节 影响企业定价的因素	295
第二节 定价方法	297
第三节 定价策略	301
第七章 渠道策略	306
第一节 分销渠道概述	306
第二节 中间商	307
第三节 渠道策略	310
第四节 物流管理	312
第八章 促销策略	315
第一节 人员销售	316
第二节 广告	317
第三节 营业推广	319
第四节 公共关系	320
第五节 促销组合的选择	321
第九章 市场营销新发展	322
第一节 服务营销	322
第二节 网络营销	325
关键概念一览表	328

第六篇 运营管理篇

第一章 运营管理概述	330
第一节 运营管理	330
第二节 运营系统	334
第二章 运营系统的设计	337
第一节 新产品开发的意义	337
第二节 设计与技术选择	340
第三节 设施选择与布置	344
第三章 运营系统的运行	349
第一节 运营计划	349
第二节 供应链管理	353
第三节 项目管理	360
第四节 库存管理	363
第五节 从物料需求计划到企业资源计划	366
第四章 运营系统的维护	371
第一节 设备维修管理	372
第二节 质量管理	374
第五章 运营系统的改进	380
第一节 企业业务流程再造	381
第二节 准时生产与精益生产	384
第三节 现代先进生产方式简介	388
关键概念一览表	392

下 册

第七篇 人力资源管理篇

第一章 人力资源管理导论	394
第一节 人力资源概述	394
第二节 人力资源管理概述	395
第三节 人力资源管理的演变过程	398
第二章 工作分析	401
第一节 工作分析的意义	401
第二节 工作分析的过程	403
第三节 工作分析的方法	405

第三章 招聘与录用	410
第一节 员工招聘	410
第二节 选拔录用	416
第四章 培训与开发	421
第一节 培训开发概述	421
第二节 培训开发的主要方法	425
第五章 绩效与考评	428
第一节 绩效考评概述	428
第二节 绩效考评的方法	431
第六章 薪酬与激励	434
第一节 薪酬管理概述	434
第二节 激励薪酬和福利	438
第七章 员工关系	442
第一节 劳动关系概述	443
第二节 工会组织	445
附录:人力资源管理的主要概念	448

第八篇 经济法学篇

第一章 经济法概述	450
第一节 经济法的产生、调整的对象及体系	450
第二节 经济法的价值与原则	454
第三节 经济法律关系	458
第二章 市场主体制度及相关法律制度	460
第一节 市场主体制度概述	460
第二节 国有企业法	462
第三节 集体所有制、合伙企业和个体独资企业法律制度	465
第四节 公司法	468
第三章 市场规制法律制度	473
第一节 市场规制法概述	473
第二节 竞争法律制度	475
第三节 产品质量法律制度	477
第四节 价格法律制度	479
第五节 消费者权益保护法律制度	481
第六节 证券法律制度	484
第七节 对外贸易法律制度	488
第四章 宏观调控法律制度	490
第一节 宏观调控的一般原理	490

第二节 财政法律制度	491
第三节 税收法律制度	492
第四节 金融法律制度	497
第五节 金融监管法律制度	498
第六节 会计审计法律制度	501
第五章 与经济有关的其他法律制度	503
第一节 合同法	503
第二节 专利法	506
关键概念一览表	510

第九篇 企业文化篇

第一章 企业文化概述	512
第一节 企业文化的概念和特征	512
第二节 企业文化的类型	514
第三节 企业文化学的研究对象及研究方法	516
第四节 企业文化的作用	516
第二章 企业文化的基本原理	518
第一节 企业文化的要素	518
第二节 企业的文化结构	521
第三节 企业的文化价值	524
第四节 企业文化理论的基石	526
第三章 企业文化的内容体系	531
第一节 企业价值观	532
第二节 企业精神	535
第三节 企业伦理道德	538
第四节 企业形象	539
第四章 企业文化的实践发展	542
第一节 企业文化在美国的发展	543
第二节 企业文化在日本的发展	547
第三节 企业文化在中国的发展	549
第五章 企业文化建设	552
第一节 企业文化建设的一般程序	552
第二节 企业文化的塑造	554
第六章 企业文化与企业管理	557
第一节 企业家与企业文化	557
第二节 企业文化与华商文化	560

第三节 企业文化与环境文化	561
第四节 企业文化与人力资源	563
第五节 企业文化与企业战略	564
第六节 企业文化与核心竞争力	566
关键概念一览表	568

第十篇 领导理论与实务篇

第一章 领导概述	570
第一节 领导活动的概念	570
第二节 领导与管理的关系	571
第二章 领导理论的发展	572
第一节 领导理论发展的三个阶段	572
第二节 领导理论的新发展	574
第三章 领导素养	576
第一节 领导素养与领导艺术	576
第二节 领导素养的基本内容	576
第四章 如何提高领导力	581
第一节 培养领导魅力	581
第二节 学会增强外表的威慑力	583
第三节 表现自己的领袖气质	584
第四节 树立权威的四个要领	586
第五节 做一个受下属欢迎的领导	587
第六节 做一个勇于创新的开创型领导	591
第五章 领导授权	593
第一节 领导授权的概念	593
第二节 授权的要领	594
第六章 领导激励	597
第一节 激励要从员工的需求出发	597
第二节 激励的方法	599
第三节 批评的艺术	601
第七章 领导沟通与协调	604
第一节 领导沟通	604
第二节 领导协调	609
第八章 领导决策	610
第一节 有效决策的要领	610
第二节 决策应注意的七大问题	614

第九章 团队领导	616
第一节 团队的含义及特征	616
第二节 团队的领导	617
关键概念一览表	620

第十一篇 客户关系管理篇

第一章 客户关系管理概述	622
第一节 客户与客户关系	622
第二节 客户价值及客户生命周期	626
第三节 客户关系管理	629
第四节 关系营销	632
第二章 客户细分	634
第一节 客户细分的概述	634
第二节 客户细分的方式	634
第三节 客户细分的模型	635
第三章 客户满意度	638
第一节 客户满意度的概述	638
第二节 客户满意度的评价	639
第四章 客户忠诚度	642
第一节 客户忠诚的概述	642
第二节 客户忠诚度分析	644
第三节 客户忠诚度的评价方法和衡量标准	645
第四节 如何提高客户忠诚度	647
第五章 客户保持管理	650
第一节 客户保持概述	650
第二节 客户关怀	653
第三节 管理客户投诉	655
第四节 防止客户流失	658
第五节 客户保持策略	661
第六章 CRM 软件系统	664
第一节 主流 CRM 软件系统介绍	664
第二节 CRM 软件系统的发展	670
关键概念一览表	674

主要参考文献	675
--------------	-----



Chapter 1 >>>>

第一章

人力资源管理导论

从强调对物的管理转向重视对人的管理,是管理领域中一个划时代的进步。而把人当作一种使组织在激烈的竞争中生存、发展、始终充满生机活力的特殊资源来刻意地发掘,科学地管理已成为当代先进管理思想的重要组成部分。在世界经济进入全球化的今天,国际化竞争日趋加剧,企业面临的压力与日俱增,人力资源就成为一个组织获取竞争优势的主要来源。人力资源管理(HRM)几乎与企业面临的每项挑战密切相关,同时,其活动中的每一部分又对组织的长远绩效产生着重大影响。

第一节 人力资源概述

经济学把为了创造物质财富而投入于生产活动中的一切要素统称为资源,包括人力资源、物力资源、财力资源、信息资源、时间资源等。我们将科学技术视为第一生产力,人力资源作为其载体,就决定了科学技术水平的高低,因此也可以将人力资源视为第一资源。

一、人力资源的概念

人力资源是指能够推动国民经济和社会发展的、具有智力劳动和体力劳动能力的人们的总和。在 21 世纪的知识经济时代,最重要的经济资源是知识,是科技,是智力,但归根到底是人力资源。从一个国家的角度看,人是社会经济活动的主体,是生产力中最积极、最活跃的因素,人力资源的培育、开发与利用是一国经济增长的决定因素。从企业来看,人的独特性,不可替代性与不可模仿性决定了人力资源是直接构成企业核心竞争力的关键性资源,以人为本的管理将主导 21 世纪管理的新浪潮。国家的兴旺,企业的成败,将在更大的程度上取决于人力资源的开发与利用。

二、人力资源的特征

人力资源是一种特殊资源,同其他资源相比较有以下特征:

1. 能动性。人力资源具有思想、感情和思维,具有主观能动性,这是人力资源同其他资源的最根本的区别。人力资源能够通过接受教育或主动学习使得自身的各方面素质得到提高;并能够主动地运用自己的知识与能力、思想与思维、意识与品格,有效地利用其他资源推动社会和经济的发展。另外,人力资源还是唯一能起到创造作用的因素。—

方面人力资源在社会和经济发展过程中往往能创造性地提出一些全新的方法,推动社会的进步和经济的发展;另一方面人力资源能够适应环境的变化和要求,承担起开拓进取和创新发展的任务,从而使企业更加充满活力。

2. 两重性。人力资源既是投资的结果,同时又能创造财富。它既是生产者,又是消费者。根据舒尔茨人力资本的理论,人力资本投资的程度决定了人力资源质量的高低。从生产和消费的角度分析,人力资本投资是一种消费行为,而且这种消费行为是必需的,是先于人力资本收益的,没有这种先前的投资,就不可能有后期的收益。人力资源作为一种经济性资源,它与物质资本一样具有投入产出规律,并具有高增值性。研究表明,对人力资源的投资无论是对社会还是对个人所带来的收益都要远远大于对其他资源投资所产生的收益。

3. 时效性。人力资源是一种具有生命的资源,它的形成、开发和使用都要受到时间的限制。作为生物有机体的人有其生命的周期,每个人都要经过幼年期、青少年期、中年期和老年期。由于在每个时期人的体能和智能的不同,因而在各个时期的学习能力和劳动能力也不同,这就要求对人力资源的培养要遵循人的成长规律,在不同阶段提供不同的学习与培训项目,对人力资源必须适时开发,及时利用,讲究时效。

4. 连续性。物质资源一般经过一次加工、二次加工乃至某些深加工之后,就形成了最终产品,不存在继续开发的问题。而人力资源则不同,开发使用之后可以继续开发。这就要求人力资源的开发与管理要注重终身教育,加强后期的培训与开发,不断提高其知识、技能水平。

5. 再生性。经济资源分为可再生性资源和不可再生性资源两大类。人力资源是一种可再生性资源。这是基于人口的再生产和劳动力的再生产原理,通过人口总体内的各个个体不断地替换更新和劳动力消耗——生产——再消耗——再生产的过程实现的。这种再生产不同于一般生物资源的再生产,除了受生物规律支配外,还要受人的意识支配,受人类活动的影响和新技术革命的制约。

6. 社会性。人类劳动是群体性劳动,每一个人都在一定的社会和组织中工作和生活,其思想和行为都要受到社会和所在群体的政治、经济、历史和文化氛围的影响,每个人的价值观念也各不相同。人们在社会交往中,其行为可能与特定的组织文化所倡导的行为准则相矛盾,可能与他人的行为准则相矛盾,这就要求人力资源管理要注重团队建设,注重人与人、人与群体、人与社会的关系及利益的协调与整合。

第二节 人力资源管理概述

由于人力资源具有主观能动性,其管理的主体是人及其组成的组织,客体也是人及其组成的群体。因此就决定了人力资源管理的复杂性。我们要综合运用多种科学如心理学、生理学等方面的知识,进行全方位开发和管理,而且要注意人力资源行为的概率性



特点,适时调整开发和管理的侧重点及措施。

一、人力资源管理的概念

人力资源管理可以分为宏观和微观两个层次。宏观人力资源管理是指一个国家或地区通过制定一系列政策、法律制度和行政法规,采取一些必要措施促使人力资源的形成,为人力资源的形成和开发利用提供条件,对人力资源的利用加以协调,使人力资源的形成和开发利用与社会协调发展。如我国的计划生育和人口的规划管理、教育规划管理、职业定向指导、职业技术培训、人力资源的宏观就业与调配、劳动与社会保障等就是我国进行宏观人力资源管理的具体体现。微观人力资源管理是指一个组织对其所拥有的人力资源进行开发和利用的管理。本书所研究的是微观人力资源管理。现代人力资源管理是超越传统人事管理的全新的管理模式,是指在人本思想指导下,通过招聘、选择、培训、考评和薪酬等管理形式对组织内外相关人力资源进行有效运用,满足组织当前及未来发展的需要,以确保组织目标的实现与组织成员发展的最大化。

二、人力资源管理的目标和任务

美国学者经过多年研究,认为人力资源管理包括四大目标:

第一,建立员工招聘和选择系统,以便能够雇佣到最符合组织需要的员工。

第二,最大限度地挖掘每个员工的潜质,既服务于组织目标,也确保员工的事业发展。

第三,留住那些通过自己的工作绩效帮助组织实现目标的员工,同时排除那些无法对组织提供帮助的员工。

第四,确保组织遵守政府有关人力资源管理方面的法令和政策。

根据美国学者的观点,我们认为人力资源管理的目标应包括以下三个方面:

首先,保证组织人力资源管理的需求得到最大限度的满足。

其次,最大限度地开发和管理组织内外的人力资源,促进组织的持续发展。

最后,维护与激励组织内部的人力资源,使其潜能得到最大限度的发挥,不断提升人力资本的价值。

为了保证组织人力资源管理目标的实现,必须明确人力资源管理的任务。归纳起来,人力资源管理的任务有以下六项:

1. 规划。它是以组织总体目标为依据,在分析现有人力资源的基础上,对组织未来的人力资源供给和需求进行预测和决策,进而确定组织人力资源发展的目标,以及达到目标所需措施的过程。

2. 吸收。它是指根据组织的工作需要和条件允许来招聘、选拔和录用员工的过程,它是组织整个人力资源管理活动的基础。

3. 保持。它主要是通过薪酬、福利和职业计划等措施激励和维持员工的工作积极性

和责任心,提高员工的工作满意度,保证员工的工作生活质量。

4. 开发。通过人力资源开发与培训,提高员工的知识和技能水平,挖掘员工的潜在能力,不断提升员工的人力资本价值。

5. 考评。通过价值评价体系及评价机制的确定,对员工的工作绩效、工作表现和思想品德等方面进行评价,使员工的贡献得到承认。

6. 调整。为了让员工保持所要求达到的技能水平和良好的工作态度,以考评结果为依据,对员工实行动态管理,如晋升、调动、奖惩、离退休和解雇等。

在以上六项任务中,规划是整个人力资源管理活动的核心。在制定人力资源规划时,要坚持人力资源规划服从于组织战略规划的原则。同时,要注意分析各项任务之间的相互关系和相互作用,从人力资源管理的整体和全局上看问题,处理好各项任务之间的关系。

三、人力资源管理的意义

在人类所拥有的一切资源中,人力资源是第一宝贵的,自然成了现代管理的核心。不断提高人力资源开发与管理的水平,不仅是当前发展经济、提高市场竞争力的需要,也是一个国家、一个民族、一个地区、一个单位长期兴旺发达的重要保证,更是一个现代人充分开发自身潜能、适应社会、改造社会的重要措施。人力资源管理的意义在于四个方面:

1. 有利于组织生产经营活动的顺利进行。组织中人与人、人与事、人与组织的配合与效率,直接影响组织生产经营活动的顺利进行。只有通过科学的人力资源管理,合理配置组织人力资源,不断协调人力资源同其他资源之间的关系,并在时间和空间上使人力资源同其他资源形成最优配置,才能保证组织生产经营活动有条不紊的进行。

2. 有利于调动组织员工的积极性,提高劳动生产率。美国学者通过调查发现,按时计酬的职工每天只需发挥自己 20%~30% 的能力,就可以保住自己的饭碗,但若充分调动其积极性和创造性,其潜力可以发挥 80%~90%。组织人力资源管理的重要任务就是要设法为员工创造一个适合他们的劳动环境,使员工和工作岗位相匹配,充分发挥每个人的专长。并且正确地评价每个员工的贡献,根据员工的贡献和需要进行有效地激励,使员工安于工作,乐于工作,忠于工作,积极主动地奉献自己的全部能力和智慧,从而达到提高劳动生产率的目的。

3. 有利于开发人力资源,树立组织长期的竞争优势。人力资源管理的一个主要任务就是对企业员工的培训与开发。通过对员工的培训,不断提高员工的素质,使一线员工能够有效地掌握和运用现代化技术和手段,生产出一流的产品;使管理人员能够掌握现代化的管理理论与方法,提高企业管理的能力与水平,从而树立组织长期竞争的优势。

4. 有利于减少劳动消耗,提高组织经济效益。组织经济效益是指组织在生产经营活动中的支出和所得之间的比较。减少劳动消耗的过程,就是提高经济效益的过程。因此,通过科学的人力资源管理可以促使组织以最小的劳动消耗,取得最大的经济效益。



阅读案例

2003 亚洲“最佳雇主”UT 斯达康用人之道

对于荣获 2003 亚洲“最佳雇主”的 UT 斯达康而言,其用人之道的精髓就是将员工的价值定位为企业发展的核心动力。

对于高速发展中的中国经济和企业而言,优秀的人才就是推动其快速前进的“轮子”。UT 斯达康以其特有的公司文化和用人之道,荣获 2003 亚洲“最佳雇主”。UT 斯达康的魅力究竟在哪里呢?

人才是经济增长和市场竞争力的关键资源。UT 斯达康公司显然意识到了这一点,始终把人才战略作为公司发展的首要战略,在注重自身人才培养的同时,积极加强人才引进工作。据统计,UT 斯达康公司平均每个月都有 100 多个新员工加入。2003 年 3 月份,新员工加入高达 209 员。此外“东方智慧,西方创新”是 UT 斯达康最大的特点。作为由海外留学生创办的企业,UT 斯达康东西方结合的企业文化以及对人才的重视,无疑能使相同背景的留学生产生共鸣。UT 斯达康之所以能拥有众多的优秀人才,这和决策层对人才的重视是分不开的。

第三节 人力资源管理的演变过程

人力资源管理活动早就有之,但由于种种原因,在很长时期内没有专业化、职业化。专业化的历史基础由下面六方面奠定:一是劳动分工与科学管理奠定了工作分析与设计的基础;二是人力非物质观与工业心理学,使人力资源配置与选拔日趋重要;三是工业革命与科学管理促使人员培训、绩效考评与薪资管理的产生与发展;四是人际关系运动促使人力资源管理人性化;五是行为科学促使人力资源管理权变化;六是劳工关系运动与立法促使人力资源管理向法制化方向发展。

一、人力资源管理的起源:福利人事与科学管理

18 世纪后期,英国及其他一些资本主义国家出现了工业革命。工业革命是以机器大工业代替手工业的革命。1769 年机械师瓦特发明的蒸汽机得到广泛应用,手工业的生产转变为机器的生产,工厂这一新的组织形式代替了以家庭为单位的手工作坊。工厂制度的出现,要求对机器大工业的管理必须采用新的科学方法,那种依靠个人的主观经验和臆断行事,显然不适应工业革命后,工厂制度所代表的生产力发展要求。因此,人们开始了对工厂管理的探索。竞争与发展要求这些工厂进一步扩大规模,但制约扩大规模的主