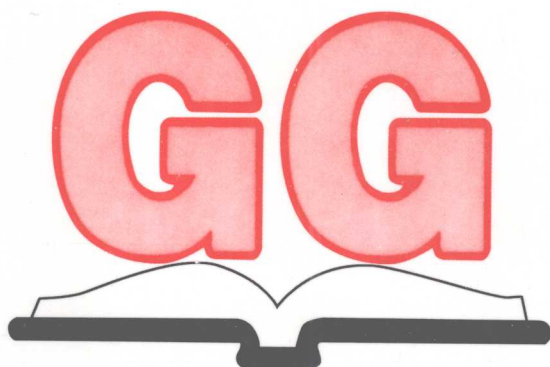


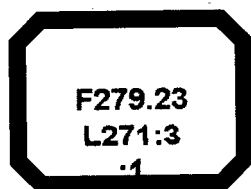
2000
企业管理模式
与
规章制度汇集
(上)

主编 李铁



南海出版公司

F279.23
L271:3
4



2000 企业管理模式 与规章制度全集

(上)

《企业管理模式与规章制度全集》 编委会

主编 李铁

编写者

李 铁 周忠海 周小青 王海峰
陈 青 周 平 高浣月 林建萍
焉晋占 月 明

南海出版公司

2000.7

内 容 简 介

朱镕基总理在九届人大三次会议上作的政府工作报告中明确指出：继续推进各项改革，全面加强科学管理，是政府今年工作的重中之重。同时又指出：“我国国有企业改革和发展没有轻巧的道路可走，必须老老实实在地改善和加强经营管理，建立一套现代企业制度。否则，就难以适应市场经济的要求。”

目前，生产、建设、流通以及其他各个领域普遍存在着管理松懈，秩序混乱的现象，阻碍着各项改革的顺利推进，已到非下决心整治不可的时候。只有在各个方面在加强科学管理上下大功夫、真功夫，硬功夫、向管理要效率、要质量、要效益，才能真正促进企业的全面进步，提高我国经济的竞争力和抗风险能力。正是为认真贯彻落实国家的既定方针和政策、措施，适应国内外形势发展的迫切需要，特此编写了这部《2000 企业管理模式与规章制度全集》。

全集包括三大部分：第一部分 调整企业经济结构实现战略性改组；第二部分 企业管理模式；第三部分 企业规范化管理制度。

全集集中阐述了现代企业的有效管理模式，收录了一整套系统科学的内部管理规章制度，以及最有利于实现企业经济效益增长的规章制度。同时，又精选了若干典型范例，为企业研究、起草、修改、完善内部管理制度提供样板和借鉴。

全书内容丰富，观点新颖，阅览全书，对全面加强和改善我国企业的管理水平必有大益。

目 录

第一编 调整企业经济结构实现战略性改组

第一章 我国经济结构战略性调整的重点及组织形式	(1)
第一节 我国经济结构战略性调整的实质	(1)
一、我国经济结构进行战略性调整的迫切性	(1)
二、战略性结构调整的内涵和重点	(5)
三、调整和优化地区经济结构、推动和促进全国经济结构调整	(9)
四、经济结构的战略性调整要发挥大企业集团和中小企业的各自优势	(13)
五、我国经济结构战略性调整的若干对策及措施	(17)
第二节 企业战略性改组的策略	(23)
一、调整国有企业的产权结构,实行资产重组	(23)
二、组建与发展企业集团,实现国有企业组织结构的战略性调整	(26)
三、以国有经济债务重组为契机对国有经济进行战略性调整	(29)
四、重建国有企业的激励与约束机制	(32)
五、实施再就业工程,妥善安置下岗职工	(36)
第三节 企业战略性改组的方式	(42)
一、国有经济债务重组的思路和方法	(42)
二、解决国有经济债务问题的三种思路比较	(47)
三、进行国有经济债务重组的成本分析与可行性	(49)
四、国有企业进行公司制改组的具体途径	(54)
第二章 企业战略性改组——公司制改造的运作方式	(58)
第一节 国有独资公司的改组运作方式	(58)
一、国有独资公司的设立条件	(59)
二、国有独资公司的设立及其程序	(60)
三、国有独资公司的组织管理体制	(61)
四、国有独资公司的运作	(63)
五、国有企业改组为国有独资公司的操作实务	(64)
第二节 有限责任公司改组运作方式	(67)
一、有限责任公司的设立条件	(68)
二、有限责任公司的设立	(68)
三、有限责任公司的组织管理制度	(70)
四、国有企业改组为有限责任公司的途径和操作要点	(71)

第三节 股份有限公司的组建与运作	(74)
一、股份有限公司的类型	(75)
二、股份有限公司的设立条件	(76)
三、股份有限公司的设立步骤	(76)
四、公司发起人及其权利与义务	(79)
五、股份有限公司运作应遵循的原则	(79)
六、股份有限公司的股份构成	(81)
七、股东的权利与义务	(82)
八、股份有限公司的组织管理机构及其职责	(83)
九、上市公司的操作	(85)
十、关于国有股比例过大问题	(92)
第四节 国有控股公司的改组运作方式	(93)
一、国有控股公司的性质和类型	(94)
二、组建国有控股公司的原则和途径	(97)
三、国有控股公司的设立及程序	(100)
四、国有控股公司的法人治理结构	(103)
五、国有控股公司的财务管理	(106)
第五节 股份合作制的改组方式和操作程序	(106)
一、设立股份合作制企业的基本步骤	(107)
二、股份合作制改组中的产权界定	(108)
三、股份合作制改组中的股权设置	(113)
四、股份合作制企业的分配制度	(114)
五、股份合作制企业的组织管理体制	(115)
六、股份合作制改组的总体方案设计	(116)
第三章 企业资产重组、兼并与破产	(118)
第一节 资产重组的模式和内容	(118)
一、企业资产重组的理论依据	(120)
第二节 资产重组的组织结构及实施	(122)
第三节 境外上市负债重整的内涵和形式	(130)
一、负债重整的内涵	(130)
二、负债重整的基本目的和主要形式	(130)
三、负债重整的运行	(131)
第四节 企业国有资产评估	(134)
一、资产评估概述	(134)
二、资产评估的程序	(134)
三、关于企业重组中的国有资产评估问题	(157)
第五节 国有资产的产权界定与产权纠纷的处理	(158)
一、国有资产所有权界定	(161)
二、全民单位之间产权界定	(174)

三、产权界定的方法及组织实施 ..	(175)
四、国有资产产权纠纷的处理 ..	(177)
五、产权清晰对公司制改革的重要意义 ..	(179)
六、关于企业内部的资产管理问题 ..	(180)
第五节 企业兼并 ..	(181)
一、中国企业兼并的发展现状 ..	(181)
二、中国企业兼并的类型及表现方式 ..	(182)
三、企业兼并的原则 ..	(186)
四、企业兼并的资产评估 ..	(188)
第六节 企业破产实务 ..	(190)
一、破产申请 ..	(190)
二、破产申请的受理 ..	(195)
三、债权申报和破产宣告 ..	(198)
四、破产和解制度 ..	(208)
五、和解程序 ..	(211)
六、破产清算 ..	(216)
七、简易破产程序 ..	(228)
第四章 国有企业扭亏为盈的新政策——债权转股权 ..	(231)
第一节 债权转股权的政策内涵 ..	(231)
一、债转股:改善国企负债结构的重大举措 ..	(232)
二、债权转股权的政策内涵 ..	(236)
三、债权转股权应注意解决的现实问题 ..	(239)
第二节 债权转股权的实施条件 ..	(241)
一、实施债转股的企业必须具备的条件 ..	(241)
二、债转股政策的组织实施——国有企业规范化公司制改造 ..	(242)
三、债权转股权的试点范例 ..	(244)
第三节 金融资产管理公司的运作机制 ..	(245)
一、金融资产管理公司的业务范围 ..	(245)
二、金融资产管理公司“阶段性持股”的意义 ..	(247)
三、金融资产管理公司运作应注意的问题 ..	(248)
第四节 债权转股权的资产处理 ..	(252)
一、产权界定和资产评估 ..	(252)
二、资产评估的法定程序 ..	(254)

第二编 企业科学管理模式

第一章 企业管理理论与实践的新发展及管理模式的演变 ..	(261)
第一节 企业管理理论与实践的新发展 ..	(261)
一、企业经营管理理念的变化 ..	(261)
二、管理实践的新发展 ..	(264)

第二节 近年来,我国企业管理思想与方法的变化	(267)
一、改革开放后,我国企业在学习、借鉴国外新的管理思想与方法方面条件和环境的变化	(267)
二、近年来,我国企业管理思想和方法出现的新特点	(267)
第三节 企业管理实践中需要注意的几个问题	(268)
一、处理好建立现代企业制度与学习、借鉴国外新的管理思想和管理方法的关系	(268)
二、要讲求实效,不搞形式主义	(269)
三、处理好学习借鉴和创新的关系	(269)
四、处理好引进新的管理、方法、手段和加强企业管理基础的关系	(269)
第四节 管理模式创新	(270)
一、生产管理模式发展的概况	(270)
第五节 日美现代生产管理模式比较分析	(274)
一、生产管理的观念比较	(275)
二、生产管理方法比较	(276)
三、生产管理职能比较	(277)
第六节 灵捷制造:21 世纪的生产管理模式	(278)
一、灵捷制造管理模式的创新之处	(279)
二、实现灵捷制造的支撑体系	(280)
三、我国企业生产管理技术发展与模式特征和创新	(280)
第二章 人本管理模式	(283)
第一节 以人为本:现代管理新趋势	(283)
一、迎接人本管理的浪潮	(283)
二、现代管理重在激发人的潜力	(285)
第二节 人本管理:内涵与特征	(286)
一、人本管理的内涵与精髓	(286)
二、人本管理的基本特征	(286)
第三节 人本管理的理论依据和模式	(287)
一、确立人本管理理论模式的依据	(287)
二、人本管理的理论模式	(288)
第四节 人本管理的基本内容	(290)
一、人的管理第一	(290)
二、以激励为主要方式	(291)
三、积极开发人力资源	(292)
四、培育和发挥团队精神	(292)
第五节 人本管理运作的系统工程	(294)
一、人本管理系统工程	(295)
二、人本管理的机制	(297)
第三章 系统管理模式	(299)

第一节 公司组织结构模式	(299)
一、直线制结构	(299)
二、职能制结构	(301)
三、直线职能制结构	(303)
四、事业部制结构	(305)
五、矩阵制结构	(308)
六、其他结构	(310)
第二节 生产组织系统管理	(311)
一、生产过程结构及要求	(311)
第三节 质量系统管理	(314)
一、产品质量是企业的生命	(314)
二、产品质量的概念和指标	(315)
三、全面质量管理	(316)
四、ISO9000 族标准和质量体系	(318)
五、其他系统管理	(320)
第四章 战略管理模式	(321)
第一节 企业战略管理模式	(321)
一、企业战略管理的特点	(321)
二、企业战略管理模式	(322)
三、战略模式的构成要素	(322)
第二节 企业战略管理目标与任务	(324)
一、企业战略管理目标	(324)
二、企业战略管理任务	(324)
三、总体战略和分战略	(325)
第三节 企业战略规划与控制	(327)
一、企业战略规划的基本内容	(327)
二、企业战略规划的制订	(328)
三、企业战略控制	(330)
第五章 松下模式	(332)
第一节 独立核算的事业部制——松下独特的经营管理模式	(333)
第二节 保证质量,勇于创新,用户为尊	(335)
第三节 产销结合,重视服务	(337)
第四节 放眼世界,积极开拓海外市场	(339)
第五节 三根台柱:人、技术、企业文化	(341)
第六章 丰田模式	(346)
第一节 丰田的生产管理模式	(346)
第二节 基本目标——降低成本	(349)
第三节 杜绝浪费、减少库存	(350)
第四节 高能率≠低成本	(352)

第五节 丰田的看板制度	(353)
一、现场管理的“三及时”	(353)
二、“传票卡”——神奇的管理工具	(354)
第六节 标准作业	(357)
一、标准作业的定义	(357)
二、标准作业的三要素	(358)
三、标准作业的制定方法	(359)
第七节 贯彻“质量第一”的方针	(360)
一、质量保证活动	(361)
二、建立质量保证装置	(362)
三、目视管理的实行	(363)
四、全面质量管理	(363)
第七章 3M 公司的创造性管理模式	(365)
第一节 事业部的自主性	(365)
第二节 技术人员的相乘效果	(366)
一、技术委员会	(366)
二、技术讨论会	(366)
三、信息联络功能	(367)
四、技术监查功能	(367)
第三节 独自的价值观念和行动方式	(367)
一、扶植新产品构思	(367)
二、与代销店一起走访顾客	(367)
三、拳头产品产生的秘诀	(368)
第四节 追求企业的创造性	(368)
第八章 IBM 管理模式	(370)
第一节 面对挑战 顽强崛起	(370)
第二节 IBM 管理模式	(372)
一、IBM 的员工招募绝招	(372)
二、IBM 员工沟通方式	(374)
三、甄选最高主管的条件及启示	(374)
四、IBM 保持管理成功的秘诀	(375)
第三节 IBM 服务促销准则	(376)
一、IBM 公关促销绝招	(376)
二、IBM 的三条神圣原则	(377)
三、IBM 意味着最佳服务	(378)
四、培育职工的卓越精神	(378)
第九章 微软公司的系统管理模式	(380)
第一节 微软公司的组织管理系统	(380)
第二节 微软公司的人才和技术系统管理	(388)

第三节 微软公司的战略系统管理	(396)
第十章 海尔模式	(403)
第一节 低成本扩张,海尔文化激活“休克鱼”	(403)
一、海尔概况	(403)
二、兼并扩张,组建“联合舰队”	(403)
三、海尔的“吃休克鱼”理论	(404)
第二节 OEC——海尔管理法	(405)
一、OEC,一个海尔人独创的管理模式	(405)
第三节 推进企业文化,无形盘活有形	(407)
一、盘海资产关键在于盘活人	(407)
二、“范萍事件”与海尔文化的推进	(409)
第四节 走向国际市场,争创国际名牌	(410)
一、“没有思路就没有出路”	(410)
第五节 “用户永远是对的”——海尔售后服务的宗旨	(412)
第十一章 邯钢模式	(413)
第一节 邯钢管理模式的主要内容	(413)
一、面向市场,转变观念,建立适应社会主义市场经济要求的经营机制	(413)
二、紧紧抓住降低成本,全面改进和加强企业各项管理工作,促进经济增长方式转变	(414)
三、加快技术创新,增加降低成本提高经济效益因素中的科技含量,增强企业竞争能力	(414)
四、全心全意依靠工人阶级,充分发挥广大职工群众的主人翁作用,当家理财	(415)
五、建设一个讲政治、业务素质高、廉洁奉公、坚强的领导班子	(415)
第二节 加强成本管理,实行成本否决机制的具体做法	(416)
一、“推墙入海”,从改革内部结算价格入手,把二级单位推向市场	(416)
二、狠抓关键,从对比分析入手,反复测算制订先进的目标成本	(417)
三、明确责任、层层分解落实指标	(418)
四、严格考核,实行成本否决	(418)
五、严格检查制度,强化物料平衡	(419)
第三节 模拟市场核算,实行成本否决的具体做法	(419)
一、“模拟市场核算”的具体做法	(419)
二、关于“实行成本否决”的具体做法	(420)
三、推行“模拟市场核算,实行成本否决”应具备的条件	(420)
第十二章 A 管理模式	(424)
第一节 国内首套企业内部的行政管理模式	(424)
一、A 管理模式是从国外引进,在中国诞生和不断成长的“改良种”	(424)
二、高效、实用的企业内部行政管理模式	(425)
三、《A 管理模式》的电脑化	(427)
第二节 A 管理模式的特点	(427)

一、《A 管理模式》以人为本	(427)
第三节 A 管理模式的理论基础	(428)
一、组织系统表(管理树)	(428)
二、组织系统表的五大要素	(432)
第四节 部门职能	(434)
一、部门职能和特点	(434)
二、部门职能描述	(435)
第五节 企业的所有者和管理者	(439)
一、股东大会	(439)
二、董事会	(440)
三、监事会	(440)
四、(总)经理(看成机构)的职能	(440)
五、董事长	(441)
六、总经理	(441)
七、(总)经理和董事长的职责衔接	(441)
第六节 企业文化的功能	(442)
一、企业文化的功能	(442)
二、企业文化的基本内容	(443)
第七节 A 管理模式的运作方式	(448)
一、垂直指挥系统	(448)
二、横向联络系统	(451)
三、工作流程和工艺流程	(453)
四、检查反馈系统	(457)
五、预算与计划系统	(463)
六、企业全面预算系统	(466)
第八节 企业的目标与计划	(468)
一、企业目标	(468)
二、良好目标的特征	(469)
三、计划概述	(470)
四、企业的经营计划系统	(473)
第九节 人才选用和招聘系统	(478)
一、社会化和职业化	(478)
二、关于人才素质标准的认识	(478)
三、企业人才的招聘录用	(479)
四、培训系统	(480)
五、激励系统	(485)
六、工会的作用	(493)
第十三章 G 管理模式	(496)
第一节 G 管理模式对传统管理模式的反思和发展	(496)

第二节 G 管理模式的执行主体	(498)
第三节 G 管理模式的 12 个子模式	(499)
第四节 G 管理模式的理论基础	(500)
第五节 G 管理模式的应用拓展	(501)
第六节 G 管理模式的人文理想	(502)
第七节 G 管理模式的服务对象	(503)
第八节 G 管理模式的作业方式	(504)
一、需要触发动机,动机驱动行为	(504)
二、整体提升	(504)
三、子系统的提升	(505)
四、培训梯度	(505)
第九节 G 管理模式对管理效率的定义	(506)
第十四章 第五代管理	(508)
第一节 知识经济时代	(508)
一、知识经济的概念	(508)
二、知识经济时代的特征	(509)
第二节 知识经济对传统管理模式的冲击	(513)
一、对传统企业经营环境的影响	(513)
二、对传统生产经营方式的影响	(513)
三、对传统管理模式中“人”的地位影响	(514)
四、对传统研究与开发工作的影响	(514)
第三节 知识经济时代企业管理的特征	(515)
一、柔性化管理	(515)
二、网络化管理	(517)
第四节 知识企业的特征及管理模式	(518)
一、知识型企业的涵义及分类	(518)
二、知识型企业的特征	(519)
三、知识型企业的管理模式——第五代管理	(522)
第五节 知识经济时代企业发展的新概念	(528)
一、企业发展新概念	(528)
二、知识经济与我国企业发展	(531)
三、80 年代以来出现的新的组织模式评析	(532)

第三编 企业规范化管理制度

第一章 企业规范化管理制度的特征与内容	(539)
一、现代企业制度的内涵和本质特征	(539)
二、现代企业制度的发展趋势	(540)
三、现代公司制度与传统国有企业制度的区别	(546)
四、现代企业制度试点的原则	(547)

五、现代企业制度试点的主要内容	(549)
六、建立现代企业制度的必要性	(551)
第二章 企业市场营销管理制度	(553)
第一节 市场营销调研制度	(553)
一、市场营销调研工作内容	(553)
二、市场营销业务调研规定	(559)
三、市场营销调查管理制度	(569)
第二节 市场营销策划制度	(572)
一、市场营销战略类型与制定	(572)
第三节 市场推销管理制度	(577)
一、销售推广和人员推销制度	(577)
二、销售推广的作用	(589)
三、销售推广方案的制定与实施	(589)
四、对中间商的销售推广	(591)
五、经销商管理办法	(592)
六、对消费者的销售推广	(594)
第四节 市场营销价格管理制度	(595)
一、价格决策与定价	(595)
二、价格管理制度	(601)
三、订货价格的决定	(601)
第五节 售后服务制度	(603)
一、建立售后服务制度的必要性	(603)
二、对“产品使用说明书”的有关规定	(603)
三、代客安装试车	(604)
四、包修包换包退	(604)
五、企业实行维修服务的有关规定	(605)
六、售后服务管理制度	(606)
七、客户档案管理制度	(609)
八、客户投诉管理制度	(611)
第六节 营销人员奖惩制度	(617)
一、销售人员考核制度	(617)
二、营销人员奖金制度	(620)
第七节 会员管理制度	(627)
一、会员制组织管理制度	(627)
二、俱乐部会员证销售合同	(641)
三、俱乐部会员管理办法	(643)
四、俱乐部物业管理办法	(646)
五、俱乐部进出管理办法	(648)
第八节 广告宣传制度	(652)

一、广告的定义、分类及功能	(652)
二、广告的策划及广告媒体的选择	(655)
三、广告预算和确定广告预算的方法	(660)
四、广告法与营销活动	(662)
第三章 企业生产管理制度	(665)
第一节 企业战略管理	(665)
一、企业经营战略	(665)
二、企业战略管理	(667)
三、战略管理部门责任制度	(668)
第二节 生产计划管理制度	(670)
一、生产计划工作的基本内容	(671)
二、生产计划的主要指标	(672)
三、以销定产	(673)
四、企业生产能力的核定	(677)
第三节 成本核算否决管理制度	(682)
一、“模拟市场核算,实行成本否决”的特点和主要内容	(682)
二、“模拟市场核算,实行成本否决”的操作方法	(683)
三、推行“模拟市场核算,实行成本否决”应具备的条件	(695)
第四节 生产过程组织管理制度	(696)
一、生产过程	(696)
二、基本生产单位的组织形式	(699)
三、流水生产管理制度	(702)
第五节 技术管理制度	(707)
一、技术进步的意义及其影响因素	(707)
二、技术开发管理制度	(709)
三、技术改造管理制度	(713)
四、技术引进管理制度	(718)
五、生产技术管理制度	(728)
第六节 职工岗位责任制度	(730)
一、岗位责任制	(731)
二、劳动协作制	(731)
三、设备维修保养制	(732)
四、巡回检查制	(733)
五、班组经济核算制	(733)
第七节 车间管理制度	(739)
一、车间作用和设置方法	(739)
二、车间管理制度制订的原则	(739)
三、车间管理制度	(740)
四、日常考核培训制度	(742)

五、车间民主管理制度	(743)
六、车间主任、班组长责任制度	(744)
第八节 班组管理制度	(747)
一、班组及班组管理	(747)
二、班组质量管理的基本制度	(750)
三、班组物资管理制度	(751)
四、废旧余料、包装容器回收管理制度	(752)
第九节 现场管理制度	(753)
一、现场管理的含义和特征	(753)
二、现场管理的任务和内容	(755)
三、定置管理制度	(757)
第十节 仓储管理制度	(773)
一、库存管理制度	(773)
二、仓库管理制度与方法	(777)
三、成品仓储管理制度	(783)
第十一节 原料采购供应管理制度	(792)
一、原料采购、供应管理的任务	(792)
二、供应物资的分类制度	(793)
三、原材料采购供应的组织制度	(795)
四、物资供应计划	(797)
五、采购管理办法	(802)
六、供应商管理办法	(804)
第十二节 原始记录和统计分析工作管理制度	(806)
一、原始记录	(806)
二、统计分析	(807)
三、计量工作管理制度	(808)
四、记录数据的常识	(809)
五、统计分析中的常用图表	(811)
第十三节 设备维修保养制度	(816)
一、设备管理的意义和内容	(816)
二、设备的日常管理	(818)
三、设备维修的原则、类别和方法	(819)
四、设备维修的管理制度	(822)
五、设备维修保养的具体要求	(827)
六、设备管理制度	(828)
七、全员设备管理制度	(831)
第十四节 仪器工具管理制度	(836)
一、仪器仪表管理制度	(836)
二、企业工具管理制度	(838)

第十五节 安全生产管理制度	(843)
一、安全生产管理制度	(843)
二、安全卫生管理制度	(849)
三、劳动保护管理制度	(856)
第十六节 运输管理制度	(868)
一、企业内部运输的周期、原则和方式	(869)
二、企业内部的运输路线和工序	(871)
三、企业内部运输与劳动生产率	(875)
四、企业内部运输与外部运输的协调	(878)
第四章 企业质量管理体系	(879)
第一节 全面质量管理体系	(879)
一、全面质量管理含义和特点	(879)
二、质量保证体系内容与建立	(879)
三、质量管理作业流程	(880)
四、全面质量管理体系范例	(881)
第二节 产品设计开发和制造质量管理	(887)
一、产品设计开发的质量管理	(887)
二、制造过程中的质量管理	(899)
三、质量作业管理制度	(909)
四、质量管理圈活动办法	(914)
第三节 服务过程中的质量管理	(917)
一、产品销售前的质量管理	(917)
二、为用户服务	(921)
三、产品使用效果调查、处理及信息反馈	(925)
四、消费者权益保护法	(927)
第四节 质量审核和质量改进管理	(933)
一、质量审核	(933)
二、产品质量审核	(937)
三、工序和体系的质量审核	(941)
四、质量改进	(944)
第五节 质量监督管理制度	(948)
一、质量监督的涵义与性质	(948)
二、如何有效地实施技术监督工作	(950)
三、产品质量监督管理体制与基本形式	(954)
四、产品质量法	(957)
五、产品质量责任	(962)
第六节 ISO9000 质量认证制度	(965)
一、ISO9000 系列标准国际贸易通行证	(965)
第五章 企业科技开发管理制度	(969)

第一节 科技项目开发管理的过程	(969)
一、科技项目管理的过程	(969)
二、科技项目实施管理	(974)
三、科技成果管理	(979)
四、技术开发战略管理	(991)
第二节 科技项目引进管理制度	(998)
一、技术引进的决策管理	(998)
第三节 科技创新重奖制度	(1000)
一、科技成果的奖励	(1000)
第四节 科技合同管理制度	(1003)
一、技术合同和技术合同法的概念	(1003)
二、技术合同的订立	(1004)
三、技术合同的履行	(1007)
四、技术合同的变更、解除、撤销和终止	(1009)
五、技术开发合同	(1012)
六、技术转让合同	(1014)
七、技术咨询合同	(1016)
八、技术服务合同	(1018)
九、技术合同管理	(1019)
十、技术合同纠纷的解决	(1020)
第六章 企业管理信息管理	(1023)
第一节 信息系统管理制度	(1023)
一、信息管理系统流程图	(1023)
二、信息管理体制、目标与原则	(1025)
三、企业信息保密法	(1026)
四、公司计算机房使用和管理规定	(1029)
第二节 信息服务部门责任制	(1030)
一、信息服务的性质和地位	(1030)
二、信息服务部门的人员和任务	(1031)
第三节 信息服务策略和规程	(1036)
一、信息服务策略的合理性	(1036)
二、有关策略的几个方面	(1036)
三、适合于用户的规程	(1038)
第四节 数据信息管理	(1039)
一、数据组织的层次体系	(1039)
二、综合数据库管理系统	(1044)
第五节 信息网络开发管理	(1046)
第七章 企业人力资源管理制度	(1056)
第一节 人力资源开发管理	(1056)