



职业技术·职业资格培训教材

(中级)

营销员

劳动和社会保障部教材办公室
上海市职业培训指导中心

组织编写

F713.50

 中国劳动社会保障出版社



131656

职业技术·职业资格培训教材

(中级)

营销员

主 编 叶祖谦
编 者 顾维生 王 珏
胡为国
审 稿 吴建国 黄忠仁

图书在版编目(CIP)数据

营销员：中级/叶祖谦主编. —北京：中国劳动社会保障出版社，2005
职业技术·职业资格培训教材
ISBN 7-5045-4958-4

I. 营… II. 叶… III. 市场营销学-技术培训-教材 IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 005236 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码：100029)

出版人：张梦欣

*

新华书店经销

北京地质印刷厂印刷 北京京顺印刷有限公司装订

787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 15.5 印张 336 千字

2005 年 2 月第 1 版 2005 年 6 月第 2 次印刷

印数：5000 册

定价：26.00 元

读者服务部电话：010 - 64929211

发行部电话：010 - 64911190

出版社网址：<http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话：010 - 64911344

内 容 简 介

本教材由劳动和社会保障部教材办公室、上海市职业培训指导中心依据上海 1+X 职业技能鉴定细目——营销员（中级）组织编写。本书从强化培养操作技能，掌握一门实用技术的角度出发，较好地体现了本职业当前最新的实用知识，对于提高从业人员基本素质，掌握营销员的核心知识有很好的帮助和指导作用。

本教材分为十四个单元，主要内容包括：企业管理与市场营销概述，市场营销环境与分析，市场细分、目标市场选择及市场定位，产品策略，定价策略，分销渠道策略，促销策略，营销人员的素质与公共社交礼仪，营销活动，市场调研，市场预测和营销策划，营销计划的制定，实施与控制，电子商务与相关法律知识。

为便于读者掌握本教材的重点内容，教材每单元后附有单元测试题及答案，全书最后附有知识考核模拟试卷和技能考核模拟试卷及答案，用于检验、巩固所学知识 with 技能。

本教材可作为营销员（中级）职业技能培训与鉴定考核教材，也可供中等、高等职业技术学校营销专业师生，以及相关从业人员参加中级营销员职业培训、岗位培训、就业培训使用。

前 言

职业资格证书制度的推行,对广大劳动者系统地学习相关职业的知识和技能,提高就业能力、工作能力和职业转换能力有着重要的作用和意义,也为企业合理用工以及劳动者自主择业提供了依据。

随着我国科技进步、产业结构调整以及市场经济的不断发展,特别是加入世界贸易组织以后,各种新兴职业不断涌现,传统职业的知识和技术也愈来愈多地融进当代新知识、新技术、新工艺的内容。为适应新形势的发展,优化劳动力素质,上海市劳动和社会保障局在提升职业标准、完善技能鉴定方面做了积极的探索和尝试,推出了1+X的鉴定考核细目和题库。1+X中的1代表国家职业标准和鉴定题库,X是为适应上海市经济发展的需要,对职业标准和题库进行的提升,包括增加了职业标准未覆盖的职业,也包括对传统职业的知识技能要求的提高。

上海市职业标准的提升和1+X的鉴定模式,得到了国家劳动和社会保障部领导的肯定。为配合上海市开展的1+X鉴定考核与培训的需要,劳动和社会保障部教材办公室、上海市职业培训指导中心联合组织有关方面的专家、技术人员共同编写了职业技术·职业资格培训系列教材。

职业技术·职业资格培训教材严格按照1+X鉴定考核细目进行编写,教材内容充分反映了当前从事职业活动所需要的最新核心知识与技能,较好地体现了科学性、先进性与超前性。聘请编写1+X鉴定考核细目的专家,以及相关行业的专家参与教材的编审工作,保证了教材与鉴定考核细目和题库的紧密衔接。

职业技术·职业资格培训教材突出了适应职业技能培训的特色,按等级、分模块单元的编写模式,使学员通过学习与培训,不仅能够有助于通过鉴定考核,而且能够有针对性地系统学习,真正掌握本职业的实用技术与操作技能,从而实现我会做什么,而不只是我懂什么。每个模块单元所附单元测试题和答

案用于检验学习效果，教材后附本级别的知识模拟试卷和技能模拟试卷，使受培训者巩固提高所学知识与技能。

本教材虽结合上海市对职业标准的提升而开发，适用于上海市职业培训和职业资格鉴定考核，同时，也可为全国其他省市开展新职业、新技术职业培训和鉴定考核提供借鉴或参考。

本教材在编写过程中得到宇龙软件有限公司工程师姚龙老师的大力支持，在此表示衷心的感谢。新教材的编写是一项探索性工作，由于时间紧迫，不足之处在所难免，欢迎各使用单位及个人对教材提出宝贵意见和建议，以便教材修订时补充更正。

劳动和社会保障部教材办公室
上海市职业培训指导中心

目 录

第一单元 企业及企业管理	(1)
第一节 企业概述	(1)
第二节 企业管理概述	(5)
单元测试题	(8)
单元测试题答案	(9)
第二单元 市场及市场营销	(10)
第一节 市场概述	(10)
第二节 市场营销概述	(11)
第三节 市场营销观念	(14)
第四节 市场营销组合	(17)
单元测试题	(19)
单元测试题答案	(20)
第三单元 市场营销环境与分析	(21)
第一节 市场营销环境的构成	(21)
第二节 消费者市场分析	(26)
第三节 生产者市场分析	(32)
第四节 竞争者市场分析	(34)
单元测试题	(38)
单元测试题答案	(39)
第四单元 市场细分、目标市场选择及市场定位	(40)
第一节 市场细分	(40)
第二节 目标市场及其营销策略选择	(44)
第三节 市场定位	(46)

目 录

单元测试题	(48)
单元测试题答案	(49)
第五单元 产品策略	(50)
第一节 产品整体与产品生命周期	(50)
第二节 产品组合策略	(54)
第三节 新产品开发策略	(56)
第四节 产品服务策略	(59)
单元测试题	(63)
单元测试题答案	(64)
第六单元 定价策略	(65)
第一节 价格的概念	(65)
第二节 定价原则与影响因素	(66)
第三节 定价方法	(68)
第四节 价格策略	(70)
单元测试题	(73)
单元测试题答案	(74)
第七单元 分销渠道策略	(75)
第一节 分销渠道的选择	(75)
第二节 中间商的选择	(78)
第三节 商品的实体分配	(82)
单元测试题	(85)
单元测试题答案	(86)
第八单元 促销策略	(87)
第一节 促销与促销组合	(87)
第二节 广告促销策略	(89)
第三节 销售促进	(98)
第四节 人员推销	(101)
单元测试题	(103)
单元测试题答案	(104)

第九单元 营销人员的素质与公共社交礼仪	(105)
第一节 营销人员的素质、职责与职业道德	(105)
第二节 营销人员的社交礼仪	(108)
第三节 营销的公共关系	(112)
单元测试题	(119)
单元测试题答案	(120)
第十单元 营销活动	(121)
第一节 销售过程	(121)
第二节 谈判要诀	(128)
第三节 客户投诉处理	(132)
第四节 追讨债款	(135)
第五节 防范商务诈骗	(138)
第六节 营销活动绩效考评	(140)
单元测试题	(145)
单元测试题答案	(146)
第十一单元 市场调研、市场预测和营销策划	(147)
第一节 市场调研	(147)
第二节 市场预测	(158)
第三节 营销策划	(163)
单元测试题	(166)
单元测试题答案	(167)
第十二单元 营销计划的制定、实施与控制	(168)
第一节 营销销售计划的内容和制定步骤	(168)
第二节 确定销售目标的方法	(171)
第三节 营销计划实施的组织	(176)
第四节 营销控制	(178)
单元测试题	(178)
单元测试题答案	(179)
第十三单元 电子商务	(180)
第一节 电子计算机与电子商务概述	(180)

目 录

第二节 企业电子商务的应用	(190)
单元测试题	(205)
单元测试题答案	(206)
第十四单元 相关法律知识	(207)
第一节 合同法	(207)
第二节 消费者权益保护法	(210)
第三节 反不正当竞争法	(213)
第四节 商标法	(216)
第五节 广告法	(219)
第六节 票据法	(220)
单元测试题	(223)
单元测试题答案	(224)
知识考核模拟试卷	(225)
知识考核模拟试卷答案	(231)
技能考核模拟试卷	(232)
技能考核模拟试卷答案	(234)

第一单元 企业及企业管理

第一节 企业概述

一、企业的含义

企业是从事生产、流通和服务等活动，以满足社会需要和获取盈利为目标，实行独立核算、自主经营、自负盈亏，具有法人资格的经济组织。

企业作为社会商品的生产者及提供产品的服务者，是市场运营的主体。它肩负着为社会经济发展创造财富，为提高人们的物质和文化生活水平做出贡献的责任。它在实现自身价值的同时获得盈利，并使自己得到进一步的发展。

企业发展经历了手工生产、工厂生产和现代企业生产三个阶段。现代企业是社会生产力和商品经济发展到一定水平的产物，是随着人类历史的进步、科学技术水平的逐步提高而发展形成的。

二、企业的特征

1. 企业是营利性的经济组织

营利性是企业与行政、事业社团等组织的根本区别。企业必须追求经济效益和获取盈利，因为盈利是企业创造附加价值的重要组成部分，也是社会对企业所生产经营的产品和服务能否满足社会需要的认可和报酬。一般来说，企业所得的利润越多，它对社会做出的贡献也越大。企业在获得经济效益的同时也必须讲求社会效益，因为这是企业自身积累发展并赖以生存的必要保障。

2. 企业应承担的社会责任

企业要满足社会需要,不仅要满足顾客的需要,还要满足投资者、企业职工、协作单位、政府机关、社区居民等社会中与企业自身相关的各阶层、各社会团体的需要。企业必须经过权衡,在必要地给予社会各方满足以后才能使自己正常运营并获得经济效益和社会效益,从而得以生存和发展。这就决定了企业不能只为自己谋利益,而要兼顾各方面利益,承担社会责任。

企业承担社会责任就是要实现企业的社会效益,包括充分利用社会资源,改善环境,防止污染;保护消费者利益,不制造假冒伪劣商品,以次充好;兼顾协作单位利益,不垄断社会资源和市场;不违反国家法令,合法缴税;为社会提供就业岗位等。

企业应承担的社会责任(社会效益)是企业生存和发展的必要社会基础。

3. 企业必须拥有一定的资源,依法自主经营,自负盈亏

企业拥有的人力、物力、财力简称为资源,这是企业能够独立从事生产经营活动,为社会提供产品与服务的基本物质条件。

企业必须拥有自主经营权,在国家宏观调控下,根据市场需要依法自主经营,并进行独立核算,以自己的经营收入补偿自己的支出,实现自负盈亏。自负盈亏就是企业能够对其经营成果独立享有相应的权益和承担相应的责任。

4. 企业必须具有法人资格

法人是指具有一定的组织机构和独立财产,能以自己的名义进行民事活动,享有民事权利和承担民事义务,依照法定程序成立的组织。

法人一般具备以下条件:

- (1) 必须有专门的名称、固定的工作地点和组织章程。
- (2) 具有一定的组织机构和独立财产,实行独立核算。
- (3) 能独立对外开展活动。
- (4) 必须在国家有关部门正式注册备案,完成登记手续。

国家法律规定企业必须具有法人资格。具有法人资格的企业,其正当权益受国家相关法律的保护;在履行法律义务时,也接受国家法律执行部门的监督。

三、公司制企业的类型及其特征

在现代社会里,公司制企业主要有无限责任公司、有限责任公司、两合公司、股份有限公司、股份两合公司五种基本类型。有限责任公司和股份有限公司是股份制企业的主要形式。

1. 无限责任公司

无限责任公司是指由两个以上出资者共同组成,都对公司债务承担连带无限责任的企业法人。无限责任公司具有以下特征:

- (1) 股东对公司的债务承担无限清偿责任。
- (2) 股东可以用自己的现金、财产、劳务、专利等作为对公司的投资。
- (3) 股东有权直接参加管理公司事务,公司所有权和经营管理权基本融为一体。

(4) 不经其他股东同意, 股东不能把自己持有的部分或全部股份转让给其他人。

(5) 公司无须公开其任何经济账目。

(6) 公司股权利益的分配, 是按各个股东的投资比例来决定的。

2. 有限责任公司

有限责任公司也是由两个以上股东组成的企业法人, 但股东对公司债务只承担有限责任。有限责任公司具有以下特征:

(1) 公司股东以其出资额为限, 对公司债务负有限清偿责任, 公司以其法人财产对公司债务承担全部责任。

(2) 公司不得发行股票, 各股东的出资额由股东协商确定。股东付出股金后, 由公司出具股份证书, 作为其享有公司权益的凭证。

(3) 公司的股份一般不得任意转让, 万一发生特殊情况需转让时, 必须经全体股东同意, 如果某个股东获准转让时, 公司其他股东有优先购买权。

(4) 股东可以直接参加公司管理, 法律允许公司所有权和经营管理权合二为一。

(5) 公司的股东人数较少, 各个国家对有限责任公司股东人数的最高限额和股东的变动都有明确的规定。

3. 两合公司

两合公司是由无限责任股东和有限责任股东共同投资组成的企业法人, 两类股东分别对公司债务负无限责任和有限责任。两合公司具有以下特征:

(1) 公司的股东中至少有一名有限责任股东和一名无限责任股东。

(2) 公司中有限责任股东仅以其出资额为限对公司债务负有限责任, 无限责任股东对公司债务负无限连带清偿责任。

(3) 公司的有限责任股东只提供资本, 以其出资额的股权比例分享红利, 对公司业务一般不加参与; 无限责任股东一般代表公司从事经营活动。

4. 股份有限公司

股份有限公司是指全部注册资本由等额股份构成, 并通过发行股票筹集资本的企业。公司发行的股票有上市与不上市两种。股份有限公司具有以下特征:

(1) 公司的全部资本划分为等额股份, 股份以股票形式公开发行并可自由转让。一般来说, 任何人只要愿意支付股金, 都可以获得股票, 成为公司的股东。股东在公司中的地位是由其所拥有的股份数额来决定的。

(2) 股东个人的财产与公司的财产是分离的。公司如破产或解散而需要清算时, 股东对公司债务只承担其股份额以内的责任, 公司则以其本身全部的法人资产对公司的债务负责。

(3) 绝大多数公司的所有者与管理者是分离的。公司一切日常经营管理活动一般是由董事会和经理层负责。

(4) 公司的财务账目必须公开。公司必须在每个财政年度公布公司财务年度报表。

(5) 公司因易于筹资,所以股本较大,资金雄厚,经营规模大,竞争力强,股东人数众多。

5. 股份两合公司

股份两合公司实际是两合公司的一种特殊形式,它具有两合公司的基本特征。它与两合公司的主要区别是:

(1) 在两合公司中,有限责任股东是通过投资形式参股的,而在股份两合公司中,有限责任股东可以通过认股和购置股票形式参股。

(2) 两合公司不能发行股票,而股份两合公司可以发行股票。

(3) 股份两合公司筹资手段多且灵活,其经济实力和经营规模都比两合公司大。

6. 股份有限公司与有限责任公司的区别

在我国,对国有企业进行股份制改造时,主要是在股份有限公司和有限责任公司之间进行选择,它们两者之间具有以下区别:

(1) 两者设立的方式不同。股份有限公司可以有发起设立和募集设立两种方式。有限责任公司可以直接发起,其创立比较简单。

(2) 公司股东人数的限额不同。按照我国公司法规定,设立股份有限公司应当有 5 人以上的发起人,其中必须有半数的发起人在中国境内有住所,但无上限人数规定,股东可以成千上万。有限责任公司有上下额人数规定,可以由两人以上五十人以下股东共同出资设立,对股东的组织管理和权益分配比较方便。

(3) 公司注册资本的规定数额不同。按照我国公司法规定,股份有限公司注册资本的最低限额为人民币 1 000 万元,而上市公司的股本总额不少于人民币 5 000 万元。有限责任公司的注册资本的最低额,以生产经营为主的和以商品批发为主的公司均为 50 万元;以商业零售为主的公司为 30 万元;科技开发、咨询和服务性公司为 10 万元。有限责任公司的资本不划分为等份,不发行股票,组织运营操作较为简化,交易成本较低。

(4) 公司股权转让的自由度不同。股份有限公司的股票可以自由转让。有限责任公司股东的股份则需要通过股东大会或董事会讨论通过才可以转让,并在同等条件下原有股东有优先购买权。

(5) 公司财务公开的程度不同。股份有限公司需要定期向股东大会公布财务经营状况。有限责任公司只需向股东大会和董事会报告,易于保守商业秘密。

四、现代企业制度

1. 现代企业制度的含义

在我国,现代企业制度是市场经济与公有制有效结合的一种形式。在市场经济体制中,现代企业制度是以公司制为主要的、典型的企业资本组织形式。

在已建立现代企业制度的企业中,企业是个法人实体,拥有法人财产权;有限责任公司的出资者只以出资额对公司债务负有限责任;企业必须建立有决策权、执行权和监督权相互分立又相互制约的法人治理结构,并实行科学管理。

2. 现代企业制度的基本特征

(1) 产权清晰。产权清晰指产权关系明确，产权关系是表明财产最终归谁所有和归谁占用、使用、处置、收益等财权中一系列的权利关系。

在现代企业制度中，出资者可以是国家、其他法人或其他自然人，他们拥有最终所有权；而企业拥有实际的法人财产权，对所有投资人投入的资产具有占用、使用、处置和收益的权力。国家对出资者与企业法人之间的产权关系用法律形式作出了明确的规定。

(2) 权责明确。权责明确，主要是用法律的形式界定包括国家在内的出资者与公司法人，公司内部经营者与生产者之间的权责关系。

1) 出资者可以依法享有财产收益（包括资产收益、股息和红利），派出自己的产权代表进行重大的经营决策和选择经营领导者，并以自己的出资额对公司债务负有限责任。

2) 公司则以法人财产权进行经营，保证出资者的合法权益。公司的经营者包括董事长、董事、总经理等，必须精心经营管理，正确决策，对股东大会、董事会负责，并接受监事会监督，不使出资者的资产受到损失，不断提高公司的经济效益。

3) 公司的生产者可以持有自己公司的股票，成为公司的股东，可以派职工股东代表参加股东大会、董事会和监事会，行使股东的权利，以及参加分红，取得股息，获得资产收益。同时，他们作为公司的劳动者，可以依据自己的劳动绩效获得工资、奖金等劳动收入，并有参与民主管理和评议、监督经营者的权利。

(3) 政企分开。政企分开实质上是政企职责分开。把政府的社会行政经济管理职能与国有资产所有者经营管理企业的职能分开。

政府对管理国有资产的职能通过授权国有资产经营公司或投资公司进行经营管理，对国有控股和参股公司派出国有股权代表进行管理。政府把企业经营管理权交还给企业，不直接干预企业的决策和生产经营活动，使企业真正成为法人实体和市场竞争的主体。

(4) 管理科学。管理科学就是要求企业实施科学的、规范的管理，不断实行制度创新、管理创新和技术创新。

在现代企业制度中，建立科学的公司法人治理结构是公司制企业的核心。科学地设置和调整组织机构，实行董事会的决策权、总经理的执行权、监事会的监督权的三权分立并相互监督和制约的运行机制，是实行科学管理的主要方面。

现代企业制度的以上四个特征是相互联系、相互促进、缺一不可的整体。

第二节 企业管理概述

一、企业管理的含义

企业管理是指企业的管理者为有效地达到组织目标和把企业资源进行优化组合，进行

计划、指挥、协调和控制等一系列的组织活动。企业管理的实质是围绕着企业的组织目标而开展一系列的组织活动；其目的是要达到组织目标，即要获得企业的效益和一定的社会效益；其对象是对企业的人、财、物等各种资源进行优化组合；其手段是进行计划、指挥、协调和控制等各种组织活动。

二、企业管理的发展

管理作为一种人类的实践活动自古有之，但却在 19 世纪末 20 世纪初工业革命后才逐步成为一门科学。随着工业革命进行，西方英法等资本主义迅速发展，开始出现了工厂和工厂制度。伴随资本主义工厂制度的建立，商品生产和交换不断扩大，生产的社会化程度不断提高，从而使劳动分工越来越细，协作也日益复杂化，对企业管理的要求也就越来越高。企业管理理论正是为适应社会工业化发展的需要，随着社会劳动分工的复杂化、生产水平的不断提高、市场经济的不断完善而逐步发展起来的。企业管理理论是资本主义工厂制度出现后的产物，其演变的过程大体经历了三个阶段：经验管理阶段、科学管理阶段和现代企业管理阶段。

1. 经验管理阶段

18 世纪末英国爆发了工业革命，工厂取代了手工作坊，机器得到了普遍的应用。由于生产过程越来越复杂，使得生产费用占全部成本的比重迅速上升。这一阶段企业管理的主要内容是生产管理、成本管理和工资管理。其主要的管理方式是经验式的管理，即工厂由工厂主直接管理，管理人员凭个人经验一事一个标准，操作工人凭个人经验一人一个办法，缺乏科学的管理标准和原则，因此企业的管理水平不高，企业的生产效率低下。这一阶段的管理状况一直维持到 19 世纪末 20 世纪初。

2. 科学管理阶段

20 世纪初，为适应生产力的发展，美国和欧洲的一些企业家和管理学者掀起了寻求新的管理企业的理论和方法的浪潮。其中最具有影响力的人物是美国人弗雷克·温斯勒·泰勒（1856—1915 年），他是后世公认的科学管理奠基人。他提出的科学管理理论的主要内容有如下几个方面：

（1）建立工作标准。他首先从工人劳动时间和劳动动作上进行一系列科学试验，去掉错误、多余的动作，确定标准的操作方法。首创了工时研究和工作方法研究，为科学地制定劳动定额和工作标准奠定了基础。

（2）实行有差别的计件工资制度。即对照标准的操作方法，在规定的时间内超额完成工作的工人，按较高的工资率计发工资，否则按较低的工资率计发，用经济手段激发员工提高劳动生产率的积极性。

（3）培训教育。即用标准操作法来训练工人，以取代师傅带徒弟的经验传艺方法，开创了职业培训的先河，为迅速地培养大批合格、优秀的管理人员和技术工人创造了条件。

（4）明确划分管理职能和作业职能。即管理职能人员负责研究、计划、调整、控制等管理工作，并对操作人员进行指导；而作业者要服从职能部门的领导和指挥。实行管理人

员专业化的管理方式,促进了企业管理水平的提高。

(5) 主张“例外管理原则”。即企业的主管和高级管理人员,把日常事务拟就处理意见,使之规范化、标准化,然后授权给下级管理人员按章处理,而自己则去处理没有规定的例外工作。这样既可以使企业各项管理工作都有章可循,又能使例外工作得到及时处理,还能使企业主管和高级管理者摆脱日常具体事务的烦忧,去负责处理更为重要的管理工作,使企业管理日益规范有效。

泰勒创建的科学管理理论被看成是正统和具有权威的理论,其大多数原则至今仍然作为管理的基本原理在应用。

3. 现代企业管理阶段

20 世纪 30 年代以后,企业管理在多种因素推动下,取得了极大的进步和发展。在这一阶段,企业规模日益扩大,经营环境日益复杂,生产技术不断进步,以及资本主义经济危机的加剧和无产阶级斗争的压力等,纷纷冲击着原来的管理模式,对企业经营管理提出了更高的要求。在新的环境条件下,现代企业管理思想和管理技术被企业所接受。与此同时,随着社会教育事业的进步和发展,为现代企业管理提供了大量的人才,为企业管理水平的提高创造了必要的条件。近半个多世纪以来,企业管理的进步与变化之快是前所未有的。从总体来看,现代企业管理具有以下特点:

(1) 把经营决策作为管理最重要的事项。企业管理的重点是经营,经营的关键是决策,经营决策的正确与否关系到企业的成败。20 世纪 60 年代以来,经营决策进一步扩大到企业长期决策,即涉及企业经营长远战略方面。许多企业组织项目组,投入可观的资金,开展调查研究,建立信息网络,进行市场预测,为科学决策奠定良好的基础。

(2) 重视资产经营和发展多元化经营。随着市场经济的发展,利用资产经营的方式建立企业集团成为扩大企业竞争力的常用手段。企业充分利用各种机会扩大经营范围,向多种行业延伸。一些世界著名企业,如西门子公司、通用电气公司等也都跨行业经营商品达几百种,增强了企业发展的稳定性。

(3) 实行集权与分权相结合的管理体制。如广泛采用事业部制,使企业在市场竞争中既保持活力,又能获得整体优势。

(4) 企业管理从以事为主转向以人为本。如通过实行目标管理,开展质量管理小组活动,提倡合理化建议,采用弹性工作时间等方式来激发员工积极性和自主精神。20 世纪 80 年代后,更是提倡企业文化和企业精神,创建学习型企业,加强团队学习,从而进一步提高企业团队的自主管理能力和增强企业的凝聚力。这一切都反映了企业管理的重心已从物转向人。

(5) 管理中广泛采用现代化的方法和工具。例如运用概率论、线性规划、网络技术、价值工程、预测技术、决策技术等方法来提高企业经营管理的能力,运用电子计算机开发辅助管理,进行工资成本核算、存储控制、生产过程控制、编制生产计划、建立信息网络系统等。通过采用现代化的方法和工具,企业管理的工作效率得到了很大提高。近年来,