

現代煙草管理技巧

现代经营管理技巧

吉林省物资经济学会

一九八八年五月

现代经营管理技巧

编 辑：吉林省物资经济学会

地 址：长春市解放大路90号

印 刷：长春市第九印刷厂

吉林省内部资料准印证第7336号

人人都可胜任管理工作，这种竞争是经理提高的必要条件；处处都需要管理人才，这种环境是经理施展才能的大好机遇。

只有热爱工作和善于工作的人，才是真正的英雄。

称职的经理既要有远见，又要有能力去做，可以有别人的帮助，但只有他自己才能制定方向，提供推动力。

企业家不轻易干预下级的事情，而是注意把自己的时间和精力用在刀刃上。

名符其实的经营管理者是以质量求生存；以品种促发展；以广告夺人心；以服务暖四方。

第一篇 现代经营技巧

第一章 决策技巧

第一节 决策	(1)
第二节 决策分析	(8)
第三节 决策中的领导者	(10)
第四节 决策五戒	(21)
第五节 智囊团	(21)
第六节 决策技术和方法	(25)
一、决策技术	(25)
二、决策方法	(28)
三、经营决策技巧实例	(42)

第二章 经营诀窍

第一节 知己知彼	(51)
一、真正了解用户	(51)
二、了解企业自身	(56)
三、了解同行	(59)
四、了解环境	(62)
五、了解发展趋势	(66)
第二节 买卖双方关系的研究	(71)
一、买卖情况分析	(71)
二、影响顾客的方法	(72)
三、互惠互利	(76)
四、怎样对待顾客的顾客	(78)
五、顾客服务	(79)
第三节 消费者心理研究	(81)
一、购买的心理过程、情绪与动机	(81)
二、购买心理特征与流行消费	(88)
三、如何满足购买心理需要	(96)

四、购买者的心理迎合法	(104)
五、消费者教育	(110)
第四节 优质服务吸引用户	(113)
一、顾客第一	(114)
二、信誉第一	(117)
三、服务第一	(120)
第五节 创造和捕捉良机	(126)
一、捕捉信息	(127)
二、善于预测	(128)
三、抓住消费高潮	(129)
四、适时抓住时机	(131)
五、抢先利用时机	(132)
六、快速利用时机	(133)
七、适时放弃时机	(133)
第六节 出奇才能制胜	(141)
第七节 订价原则与技巧	(149)
第八节 开发新产品	(163)
第九节 销售策略	(178)
一、方便购买的销售策略	(178)
二、迎合消费者需求的销售策略	(180)
三、灵活机动和随机应变的销售策略	(181)
四、经营“冷门”的销售策略	(183)
五、抓潜在市场的销售策略	(183)
第十节 广告宣传艺术	(185)
一、广告	(185)
二、广告要真、新、奇、趣、巧	(186)
三、要懂得一点广告心理学	(191)
四、巧妙使用各种传递方式	(192)
五、试验广告	(198)

六、广告艺术锦集·····	(200)
七、“负广告”及相应对策·····	(204)
第三章 市场控制与开拓技巧	
第一节 市场研究·····	(206)
第二节 购买行为研究·····	(213)
一、消费者行为研究·····	(213)
二、购买行为研究·····	(223)
第三节 市场的细分·····	(227)
一、市场细分的概念·····	(228)
二、市场细分的两步法·····	(230)
三、市场的纵向细分·····	(233)
第四节 市场调查诀窍·····	(235)
一、市场调查·····	(235)
二、市场调查的内容·····	(242)
三、市场调查的技术·····	(247)
四、市场调查方法·····	(258)
五、市场调查的组织·····	(270)
第五节 市场预测技巧·····	(277)
一、市场预测技巧·····	(278)
二、市场预测内容与种类·····	(279)
三、市场预测方法·····	(284)
四、选择预测方法·····	(295)
第六节 运用市场策略的技巧·····	(296)
一、市场选择策略·····	(296)
二、市场发展策略·····	(297)
三、市场竞争策略·····	(302)
四、市场经营策略的运用·····	(306)
第七节 国际市场开拓·····	(308)
一、国际市场·····	(309)

二、进入国际市场的策略和方法·····	(315)
三、开发国际市场的策略·····	(325)

第四章 竞争

第一节 社会主义商品竞争·····	(333)
-------------------	---------

第二节 竞争诀窍·····	(335)
---------------	---------

一、扬长·····	(335)
-----------	---------

二、避短·····	(336)
-----------	---------

三、劣势中的优势·····	(337)
---------------	---------

四、长线中的短线·····	(338)
---------------	---------

五、平凡中的不平凡·····	(339)
----------------	---------

六、“小船调头”·····	(340)
---------------	---------

七、后发制人·····	(340)
-------------	---------

八、随机应变·····	(341)
-------------	---------

九、常来常新·····	(343)
-------------	---------

十、借人扬名·····	(343)
-------------	---------

十一、投其所需·····	(345)
--------------	---------

十二、单刀直入·····	(346)
--------------	---------

十三、以迂为直·····	(347)
--------------	---------

第三节 巧用非价格竞争·····	(348)
------------------	---------

第四节 竞争艺术·····	(350)
---------------	---------

一、钻缝子、找门路的艺术·····	(350)
-------------------	---------

二、硬拳头出击·····	(354)
--------------	---------

三、谈“快”术·····	(358)
--------------	---------

四、适应术·····	(360)
------------	---------

五、“巧”术·····	(361)
-------------	---------

六、创新术·····	(362)
------------	---------

七、“美”术·····	(365)
-------------	---------

第五节 应变自如·····	(368)
---------------	---------

一、善变·····	(369)
-----------	---------

二、自变·····	(373)
三、眼睛盯着市场·····	(376)

第二篇 现代管理技巧

第一章 管理技巧

第一节 管理控制手段·····	(380)
一、管理控制手段·····	(380)
二、控制手段的应用技术·····	(381)
三、管理控制手段的测验·····	(385)
第二节 群众行为的协调艺术·····	(387)
一、群体行为·····	(388)
二、激励群体行为·····	(391)
三、协调群体行为·····	(397)
第三节 授权的技巧·····	(409)
一、授权·····	(409)
二、授权技巧·····	(409)
第四节 巧妙协调上下级关系·····	(411)
一、领导要正确对待群众·····	(411)
二、摆正上下级关系·····	(415)
三、学会尊重人·····	(416)
四、发扬民主·····	(421)
五、放手让下级工作·····	(424)
六、经常性地检查和帮助下级·····	(432)
第五节 奖励和制裁的艺术·····	(437)
一、恰当使用奖励·····	(437)
二、正确运用惩罚·····	(442)
第六节 指挥艺术·····	(444)
一、负责人·····	(444)
二、管理控制·····	(447)

三、领导方法的提高·····	(448)
四、指挥和领导的测验·····	(448)
第七节 批评的艺术·····	(449)
第八节 管理权力的运用艺术·····	(452)
一、管理权力·····	(452)
二、管理权力要素·····	(458)
三、巧用管理权力·····	(466)
第九节 人事管理艺术·····	(480)
一、人是管理活动的中心·····	(480)
二、用人标准·····	(481)
三、调动人的积极性·····	(482)
四、协调人际关系·····	(494)
第二章 提高工作效率的艺术	
第一节 巧设机构·····	(504)
第二节 开会技巧·····	(512)
一、企业家怎样对待开会·····	(512)
二、开会的作用·····	(514)
三、开会诀窍·····	(515)
第三节 时间的运用技巧·····	(518)
一、时间管理·····	(518)
二、怎样高效管理时间·····	(520)
三、时间的定性管理方法·····	(524)
四、时间的定量管理方法·····	(525)
第四节 组织管理技巧·····	(540)
一、追求最有效的管理系统·····	(542)
二、责任、制度和法·····	(545)
三、需要规划最有效的目标·····	(548)
四、简化工作程序·····	(551)

第三篇 现代信息应用技巧

第一章 经济信息及其应用艺术

第一节 经济信息…………… (554)

一、经济信息…………… (554)

二、经济信息的基本要素…………… (557)

三、经济信息的收集与加工…………… (559)

第二节 经济信息的应用艺术…………… (568)

一、经济信息优化与信息有效利用…………… (568)

二、信息交流与开发企业创造力…………… (569)

三、领导者与企业信息系统…………… (571)

四、领导方法与“外脑”…………… (572)

五、新产品开发与信息…………… (573)

六、市场预测与信息…………… (574)

七、广告、心理、信息…………… (576)

八、企业经济分析与信息…………… (577)

九、监督与经济信息…………… (579)

第三节 经济信息反馈及其应用艺术…………… (580)

一、经济信息反馈…………… (580)

二、正反馈与负反馈…………… (581)

三、决策中信息反馈形式…………… (583)

四、信息反馈时间差距…………… (585)

五、追踪决策与信息…………… (587)

六、企业战略决策的信息“后效”…………… (588)

七、经济信息与经济控制…………… (590)

八、闭环控制与开环控制…………… (591)

九、反馈控制与经营功能…………… (594)

第二章 管理信息系统及其应用技术

第一节 管理信息系统…………… (596)

第二节 管理信息的应用技术…………… (600)

第三章 现代信息应用诀窍

第一节 摄取信息之术	(611)
第二节 鉴别信息之术	(618)
第三节 开拓信息之术	(622)
第四节 运用信息之术	(628)
第五节 预测信息之术	(633)
第六节 经营决策信息之术	(642)

第四篇 依法经营技巧

第一章 怎样依法经营

第一节 企业与法律	(648)
一、企业法及其原则	(649)
二、企业的法律地位及权利、责任	(650)
三、经理、职代会、管委会的权利及责任	(653)
四、企业间的联合与协作	(655)
第二节 依法经营	(656)
一、依法制订企业规章制度	(656)
二、设立或聘请法律顾问	(657)
三、合法竞争	(659)
四、许可证的申请	(660)
五、向外国贷款的规定	(663)

第二章 对经营的诸项管理

第一节 制定、使用、管理商标	(664)
一、商标法	(665)
二、商标的确定	(667)
三、商标注册	(668)
四、商标权及侵犯商标权的处理	(673)
五、商标的管理	(677)
第二节 依法作广告	(677)

一、广告·····	(678)
二、广告法规·····	(679)
三、广告的经营与管理·····	(680)
第三节 专利·····	(686)
一、申请专利·····	(686)
二、取得专利权的条件和方法·····	(689)
三、拥有专利权人的权利和义务·····	(693)
四、怎样处理侵犯专利权行为·····	(695)
第四节 会计法·····	(697)
一、会计制度·····	(698)
二、违反《会计法》要承担的法律責任·····	(699)
三、外汇的收支·····	(700)
第五节 经济合同·····	(702)
一、订立经济合同·····	(702)
二、常见的几种经济合同·····	(706)
三、有效经济合同的审定·····	(711)
四、经济合同的法律约束力·····	(712)
第三章 企业的法律义务	
第一节 依法纳税·····	(713)
第二节 纳税额的计算·····	(721)
第四章 经济纠纷的处理	
第一节 如何处理经济纠纷·····	(747)
第二节 法律裁决·····	(756)
一、当事人的诉讼权利及义务·····	(756)
二、怎样运用证据·····	(758)
三、法院的判决和裁定·····	(759)
第三节 企业与法人·····	(761)

第五篇 交际技巧拾贝

第一章 相交之道

- 第一节 对别人真诚地感兴趣…………… (764)
- 第二节 记住别人的名字十分重要…………… (766)
- 第三节 要做一个好听者…………… (767)
- 第四节 让别人保住面子…………… (769)
- 第五节 不要告诉人家你更聪明…………… (770)
- 第六节 使对方立即说“是”…………… (772)
- 第七节 永远使对方觉得重要…………… (774)

第二章 成功之术

- 第一节 忍耐的妙用…………… (775)
- 第二节 傻子才爱说武断的话…………… (776)
- 第三节 缺陷是奋斗的动力…………… (777)
- 第四节 伟人求教的秘诀…………… (780)
- 第五节 胜不骄、败不馁…………… (783)
- 第六节 坦诚接受批评…………… (784)
- 第七节 垂而言不如起而行…………… (786)
- 第八节 化解危机…………… (790)
- 第九节 攻心是成功的要诀…………… (792)
- 第十节 增强记忆力…………… (793)
- 第十一节 善用你的智慧…………… (799)
- 第十二节 赢得友谊的规则…………… (800)
- 第十三节 批评人的规则…………… (802)

第一篇 现代经营技巧

不能获得经济成果的经营者，就是一个失败的经营 者。

经营者要眼睛向外学先进，眼睛向内挖潜力。

资源加人才加市场等于黄金

第一章 决策技巧

第一节 决 策

一、决 策

决策是指选择和决定采用何种行动的策略和方法。经营决策是指运用各种调查资料，经过预测分析，提出若干行动方案，然后用判断与计量的方法，比较各个方案的可行性，选定最优方案，然后组织实施。

广义决策一般分为三个步骤：第一步，调查研究搜集决策资料；第二步，设计、编制备选的决策方案；第三步，从若干备选方案中选择一个最优的方案。前两个步骤实际是调查研究预测过程。狭义的决策仅指第三步。

决策是领导者的基本功能。经营管理活动贯穿着一系列的决策。因此，决策科学化是保证社会、经济、科技、教育等各方面顺利发展的重要因素，也是检验现代化领导水平的根本标志。现代科学决策包含三个方面内容。即严格的科学决策程序；依靠专家运用科学的决策技术；领导者用科学的思维方法

二、决策的种类

1. 按决策对象性质可分四种类型

(1) 确定型决策

只有一种自然状态，而且自然状态的概率值为已知的决策问题，称为确定型决策，它有以下特征：

(2) 风险型决策

又称统计型决策或随机型决策，它具有以下五个特征：

- a. 存在着决策者企图达到的一个明确目标；
- b. 存在着决策者可以选择的两个以上的行动方案；
- c. 存在着不以决策者主观意志为转移的两种以上的自然状态；
- d. 不同的行动方案在不同的自然状态下的损益值可以计算；
- e. 未来将出现哪种自然状态，决策者不能肯定，但其出现的概率，决策者大致可以事先预测。

(3) 非确定型决策

在风险型决策的五个特征中，如果缺少第五条，虽然知道存在两种以上的自然状态，但自然状态的概率无法加以预测，这种决策即称为非确定型决策。处理这种决策问题则更加困难。

非确定型决策也有一些准则可以依循。如：乐观值准则；悲观值准则；乐观系数准则；可能性准则；“后悔值”决策准则等。领导者在处理非确定型决策问题时，决断特别要注意，

不要过于自信，切忌轻率鲁莽。由于事物本身的不确定性，要探索着前进，多方案并进。也可搞几个有原则性方案差异的方案试点，积累经验，找出成功的秘诀，掌握概率值，使之向风险型决策，甚至向确定型决策转化。即使试点失败了，损失也较小，步子不要太快，但力求稳妥，不要欲速则不达。把力量集中在信息反馈上，及时总结经验，制定措施。

（4）竞争型决策

指有竞争对手的决策问题，如占领市场决策就属于这类问题。这时，出现的状态不是客观状态，而是竞争对手的策略。这类决策问题又叫作对策问题。

按企业经营管理职能划分，具体可以分为（1）生产上的决策；（2）销售上的决策；（3）财务上的决策；（4）人事上的决策。

2. 按管理层次可分三种

（1）战略的决策

指企业为了适应环境的变化而求得动态平衡的有关决策，属于非确定型决策。

（2）管理的决策

为了实施战略计划、竞争对策等，使企业管理工作与之相适应的决策。

（3）业务的决策

为了提高日常业务管理等的一般日常工作所进行的决策，属于确定型决策。

3. 按时间可分二种

（1）长期决策（属于战略的非确定型决策）

包括投资方向与生产规模的选择；新产品的开发与产品设计的选择；生产过程的组织设计；工序设计，工厂系统的设置；厂址选择与生产布局等；一般是一年以上的计划与方案。

（2）短期决策