

21 世纪高等学校本科实验教学示范教材
文科类专业综合实验系列

工商管理实验

Gongshang Guanli Shiyan

主 编 吕筱萍 胡永铨

浙江工商大学出版社
Zhejiang Gongshang University Press

21 世纪高等学校本科实验教学示范教材
文科类专业综合实验系列

工商管理实验

Gongshang Guanli Shiyan

主 编 吕筱萍 胡永铨

 浙江工商大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

工商管理实验 / 吕筱萍, 胡永铨主编. — 杭州: 浙江工商大学出版社, 2008. 12

21 世纪高等学校本科实验教学示范教材. 文科类专业综合实验系列

ISBN 978-7-81140-048-9

I. 工… II. ①吕…②胡… III. 工商行政管理—高等学校—教材 IV. F203.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 210934 号

工商管理实验

吕筱萍 胡永铨 主编

责任编辑 任晓燕

责任校对 张振华

封面设计 刘 韵

责任印制 汪 俊

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 149 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88823703, 88831806(传真)

排 版 杭州朝曦图文设计有限公司

印 刷 杭州广育多莉印刷有限公司

开 本 787mm×960mm 1/16

印 张 10.25

字 数 186 千

版 印 次 2009 年 6 月第 1 版 2009 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-81140-048-9

定 价 160.00 元(共八册)

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804227

总 序

21 世纪的高等教育,不仅要使学生掌握丰富的理论知识,更应注重创新能力和综合素质的培养。实验教学作为一种重要的教学手段,对培养学生的创新能力、提高学生的综合素质起到不可替代的重要作用。通过实验教学,可以使学生加深对理论知识的理解和巩固,提高学生的实践动手能力,改善学生单一的思维方式,增加学生发现问题和解决问题的途径,培养学生独立研究和创新思考的意识,从而达到创新人才培养的目标。

如何才能确保实验教学的质量?我们认为教材建设是关键,高质量的实验教学首先要有高质量的实验教材。一本好的实验教材,不但可以让学生易于从中弄懂所学知识,更能引起学生学习的兴趣,引导他们走上理论联系实际之路,培养他们深钻细研之精神。当然,实验教材有自己的特点,因为实验教学在形式上相对独立,在体系上相对灵活。目前,实验教学大致有两种类型:一是独立设课的实验教学,二是课内附设的实验教学。从总体上看,我国本科高等教育的实验教材建设还相对滞后,尤其是课内附设的实验教学通常没有规范的教材,只有一些自编的实验指导书,难以充分体现实验教学对理论教学的支撑作用。针对这种情况,我们在调查研究和反复论证的基础上,组织长期从事实验教学的有关教师编写了一套“21 世纪高等学校本科实验教学示范教材”丛书。我们希望通过这套实验教材的出版,能对实验教学的规范化起到引导作用,对实验教学质量提高起到推动作用。

本丛书包括:《法律技能综合实训》、《环境工程综合实验》、《现代物流综合实验》、《食品工程综合实验》、“文科类专业综合实验系列”(含《统计基础实验》、《财务会计实验》、《工商管理实验》、《公共管理实验》、《出口贸易实验》、《旅游管理实验》、《金融基础实验》、《现代传播实验》等分册)。本丛书力求将专业理论知识通过实验项目的设计,变为学生可以亲身感受的体会,达到活学活用、提高综合素质的目的。

“21 世纪高等学校本科实验教学示范教材”,是依托我校优势学科和特色专业,在总结多年实验教学经验的基础上,精心设计、编写而成,希望能够起到抛砖引玉的作用。由于水平所限,不足乃至谬误在所难免,敬请读者批评指正,以便再版时予以更正,共同推进实验教材质量不断提高。

李金昌

2008 年 12 月于浙江工商大学

前 言

随着信息技术的发展与广泛应用,我国工商管理 and 工程管理学科教育的环境正在发生重大和根本性的变化。在挑战与机遇面前,我国高等院校需要树立新的教育理念,运用信息技术这一手段,探究工商管理 and 工程管理学科教育发展中遇到的问题,不断提高工商管理学科和工程管理学科实验教学的地位,发挥实验教学在拓展学生思维、培养学生实践能力、提高学生创新能力等方面的重要作用,在日趋激烈的高等教育全方位竞争中立于不败之地,从而获得更大的发展。

本书针对我国工商管理学科和工程管理学科相关课程的教学实际,系统地介绍了现代工商管理学科和工程管理学科相关课程的实验教学的最新成果。全书内容涉及现代管理方法与应用、生产与运营管理、管理沟通、市场营销学、客户关系管理、市场调研预测学、人力资源软件应用、组织行为学、管理心理学、人力资源选聘与测评、工程项目管理软件应用、管理运筹学、新产品开发管理、项目投资与融资、土木工程概论、工程造价、CAD 绘图基础、房屋建筑学等 18 门课程,并提供了上述 18 门课程的相关实验项目及其科学系统的实验教学方案。实验教材的每一个实验项目均由实验目的、实验要求、实验内容和步骤、实验注意事项等部分组成。

本书由浙江工商大学工商管理学院的吕筱萍、胡永铨担任主编,顾春梅、江辛、瞿焱、肖迪、胡玮玮、胡洪力、葛笑春、韦影、张静、余琛、姚丽霞、陈学光、吴小钢、蒋旻、田敏、许翀寰参加编写。其中:第一章“现代管理方法与应用”由胡永铨、肖迪、胡玮玮、胡洪力撰写;第二章“生产与运营管理”由韦影、胡永铨撰写;第三章“管理沟通”由葛笑春撰写;第四章“市场营销学”由顾春梅撰写;第五章“客户关系管理”由江辛、许翀寰撰写;第六章“市场调研预测学”由张静撰写;第七章“人力资源软件应用”由胡玮玮撰写;第八章“组织行为学”由余琛撰写;第九章“管理心理学”由姚丽霞撰写;第十章“人力资源选聘与测评”由余琛撰写;第十一章“工程项目管理软件应用”由陈学光撰写;第十二章“管理运筹学”由吴小钢撰写;第十三章“新产品开发管理”由韦影撰写;第十四章“项目投资与融资”由吴小钢撰写;第十五章“土木工程概论”和第十六章“工程造价”由瞿焱撰写;第十七章“CAD 绘图基础”由蒋旻撰写;第十八章“房屋建筑学”由田敏撰写。

本书适合大学管理类专业的本科生和研究生学习、阅读;也可作为财经类高职院校以及各类经营管理人员学习之参考。

在本书的编写过程中,得到了浙江工商大学出版社鲍观明社长、任晓燕编辑以及浙江工商大学工商管理学院有关领导和教师的精心指导与帮助,同时也得到了用友、金蝶、新中大等国内外著名管理软件供应商的大力支持,在此向他们表示衷心的感谢。

编 者

2009 年 1 月

目 录

绪 论	1
第一章 现代管理方法与应用	5
实验一 企业决策模拟实验	5
实验二 CRM 管理软件应用实验	8
实验三 投资决策评价软件应用实验	11
实验四 创意管理软件应用实验	14
实验五 项目管理软件应用实验	17
实验六 ERP 软件应用实验	20
实验七 企业 OA 应用实验	22
第二章 生产与运营管理	26
实验一 Visio 软件应用实验	26
实验二 质量管理软件应用实验	28
第三章 管理沟通	33
实验一 非言语沟通	33
实验二 倾听训练	35
实验三 团队沟通	36
第四章 市场营销学	39
实验一 软件基础训练实验	39
实验二 市场开拓决策实验	40
实验三 产品设计与生产决策实验	41
实验四 产品分销与促销决策实验	42
实验五 营销决策分析评价实验	44

第五章 客户关系管理	45
实验一 建立客户档案实验	45
实验二 机会报价、实现订单、跟踪收款实验	47
第六章 市场调研预测学	52
实验一 输入和整理数据实验	52
实验二 描述性统计与图表实验	53
实验三 差异分析实验	55
实验四 关联分析实验	57
第七章 人力资源软件应用	59
实验一 客户化设置	59
实验二 职务职能管理	61
实验三 员工信息管理	63
实验四 招聘甄选管理	65
实验五 员工调配管理	69
实验六 考勤管理	71
实验七 绩效管理	74
实验八 薪酬管理	78
第八章 组织行为学	83
实验一 动机测试实验	83
实验二 影视赏析实验	85
第九章 管理心理学	88
实验一 动力测试实验	88
实验二 人格测试实验	89
第十章 人力资源选聘与测评	93
实验一 无领导小组讨论模拟实验	93
实验二 自开发测评软件的应用实验	96
第十一章 工程项目管理软件应用	98
实验一 项目注册	98
实验二 项目进度管理	101

实验三 成本预算管理	102
实验四 合同管理	105
实验五 库存管理	107
实验六 采购管理	109
第十二章 管理运筹学	111
实验一 线性规划	111
实验二 整数规划	115
第十三章 新产品开发管理	120
实验一 Mindmanager 软件学习实验	120
实验二 Mindmanager 软件应用实验	122
第十四章 项目投资与融资	124
实验一 项目建议书的设计与撰写	124
实验二 项目可行性研究报告的设计与撰写	125
第十五章 土木工程概论	129
实验一 光学水准仪的认识及使用	129
实验二 经纬仪的认识及使用	132
第十六章 工程造价	135
实验一 清单算量软件的使用	135
实验二 钢筋算量软件的使用	136
第十七章 CAD 绘图基础	138
实验一 CAD 基础	138
实验二 CAD 二维图形的绘制与编辑	140
实验三 CAD 工程图尺寸标注与文字标注	142
第十八章 房屋建筑学	144
实验一 单元式多层住宅方案设计	144
实验二 楼梯构造设计	146
参考文献	151

绪 论

一、实验教学目标

(一)推进素质教育为目标的教学改革

工商管理学科的实验教学课程,在学生素质教育系统中居于重要地位,发挥着不可忽视和不可替代的作用。工商管理实验教学课程,强调全面培养学生的“知识、能力、素质”,特别是学生的知识获取能力、应用操作能力与创新能力,改变以往那种“文科不需要实验教学”的旧思维模式,以及片面强调教育就是传授知识而忽视能力素质培养的陈旧观念。

国际上众多知名机构的研究证明,读到的信息我们能学到 10%;听到的信息我们能学到 5%,如图 1 所示。因此,有必要借助一些先进的技术手段和实验方法,提供学生的动手实践机会,使学生在实践中提升能力,加深印象,巩固学习成果。

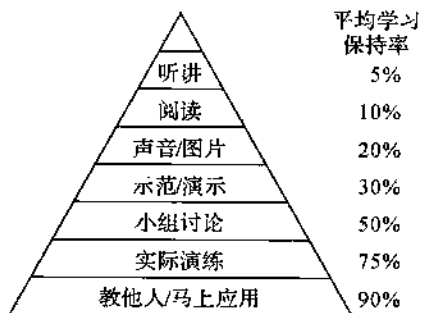


图 1 不同学习方法的学习效果金字塔 (Lalley, 2007)

(二)培养工商管理人才的实践能力与创新能力

实践能力与创新能力的培养是目前工商管理教育的薄弱环节。高校向社会输送的工商管理学科毕业生不能完全满足飞速发展的需要,其根本原因在于工商管理教学中的课堂理论教学和社会实践严重脱节。

在工商管理学科人才创新思维和创新能力的培养方面,实验教学课程大有可为。它可以通过应用和开发来实验模拟动态现实企业管理环境,使学生通过实验教学,在很短的时间内充分发挥主观能动性,综合运用所学现代企业管理基本理论和方法,进行创造性的实践活动。这方面最典型的例子就是企业经营模拟决策实验。该实验运用系统仿真原理和决策支持系统(DSS),对企业管理经营决策的各个环节、各个方面进行模拟仿真。将企业管理经营决策的信息、流程、方法和理论架构于信息技术和网络技术之上,创建一个形象、直观的企业经营管理决策模拟环境,让学生通过计算机进行事前的经营决策,适时地仿真出结果,并可互动性地调整决策,从而提高学生的决策能力,改善经营决策效果,使企业经营决策更为科学化、规范化。

(三)培养工商管理人才掌握各种管理软件

现代信息技术的产生和发展推动了企业管理领域全方位的变革。企业管理软件作为工商管理学科重要的工具性知识,具有很强的实践性,因此实验教学对于这种工具性知识的掌握必不可少。在工商管理人才的培养中,不能仅仅局限于工商管理理论知识传授,而忽视实验教学环节,让学生到社会中再去学习那些已被社会熟知并得到广泛应用的企业管理软件。学校要增强办学竞争力,必须使自己的学生在校时就有充分的机会学习统计软件(如 SAS、SPSS)、电子商务软件、投资决策分析软件、企业管理软件(如 ERP)、客户关系管理软件(CRM)、计量经济学软件(Eviews)、人力资源管理软件(HRMS)、项目管理软件(如 Project),等等。否则,学校所培养的工商管理学科人才,将无法适应社会经济发展的要求。

二、实验教学方法

本实验教材所采用的教学方法主要有四种类型,即演示型实验教学方法、案例型实验教学方法、模拟型实验教学方法和探究型实验教学方法,如图2所示。四种方法各有其特点与专长。

(一)演示型实验教学方法

演示型实验教学方法属于验证性实验。它是指对研究对象有了一定了解,并形成了一定认识或提出了某种假说,为验证这种认识或假说是否正确而进行的一种实验。演示型实验注重探究的结果(事实、概念、理论),而不是探究的过程。演示型实验有利于培养学生的实验操作、数据处理等技能。

演示型实验通常采用“告诉—验证—应用”的教学模式,学生们用实验验证已学过的管理学基本原理、概念或重要知识点,这种“照方抓药”模式是高度固定化的。验证性实验,在实验前教师引导学生回顾需要验证的概念或科学结论,讨论实

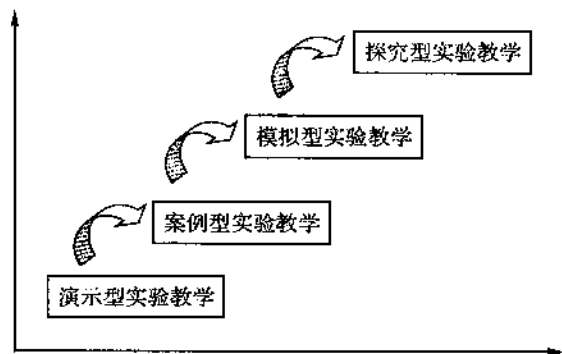


图2 工商管理实验教学的模式

验步骤,提出实验注意事项,或针对学生普遍容易出现的实验操作错误进行示范。

(二)案例型实验教学方法

案例型实验教学方法,是通过对一个具体情景的描述,引导学生对这些特殊情景进行讨论的一种教学方法。案例型实验教学方法,属于讨论式或主体性教学模式,其最终目的是通过揭示案例中存在的问题提出解决方案,互相评价方案以开拓思路、积累经验、提高能力。在管理类专业教育中引入大量的案例教学,将工商企业经营的背景和管理的资料引入课堂,通过结合管理理论和经济理论的分析 and 讨论,使学生体会丰富多彩的管理情景,产生丰富的设想和创意,树立管理权变的理念。

但在案例教学的分析和讨论中,由于没法设定边界明确的企业及企业活动的范围,学生在案例教学中角色不明,解决问题的方案不能得到验证,使案例教学仍迁就于理论教学。案例教学的实际效果达不到预期的教学效果,难以满足管理类专业对中高级管理人才的培养要求。

(三)模拟型实验教学方法

在工商管理学科的实验教学中,有两种类型的模拟型实验教学:情景模拟型实验教学和模拟软件应用型实验教学。前者主要通过设计现实管理场景,如人际沟通场景、对抗性沟通场景、谈判场景、团队沟通场景、拓展训练场景等,实地训练学生的沟通谈判能力;后者则主要应用计算机系统仿真原理和决策支持系统(DSS),对企业经营管理的各个环节、各个方面进行模拟仿真,将企业管理经营决策的信息、流程、方法和理论架构于信息技术和网络技术之上,创建一个形象、直观的企业管理经营决策模拟环境,让学生可以通过在计算机上进行事前的经营决策,适时地

仿真出结果,并可互动性地调整决策,从而提高学生的决策能力,改善经营决策效果。

(四)探究型实验教学方法

芝加哥大学施瓦布教授在1961年哈佛大学演讲会上做了题为《作为探究的科学教学》的报告,指出传统的课程对科学进行静态的、结论式的描述,这恰恰掩盖了科学知识是试探性的、不断发展的真相。他极力主张要积极地引导学生像科学家那样对世界进行探究,并进而首次明确提出“探究学习”的概念。在探究式教学模式中,教师的主要职责是创设一种有利于学生学习的情境和条件,在学生学习的过程中,学生将模拟科学家的研究方法和研究过程,通过提出问题、拟定解决问题方案、解决问题以及模拟体验、社会调查等各种形式,探究科学研究过程和社会生活中各种现象和问题。

探究性实验主要通过实验来回答一个感兴趣的问题,以此激发学生的好奇心,培养他们科学探究能力。探究性学习的五个基本步骤是:(1)提出问题。学习者投入到对科学型问题的探索中。(2)收集数据。学习者重视实证在解释与评价科学型问题中的作用。(3)形成解释。学习者根据实证形成对科学问题的解释。(4)评价结果。学习者根据其他解释对自己的解释进行评价。(5)检验结果。学习者交流和验证他们提出的解释。

第一章 现代管理方法与应用

“现代管理方法与应用”是工商管理专业必修的一门专业技术课。教学内容设计,力求高度凸显 21 世纪管理信息化时代经济管理专业人才培养的最新趋势,创新性地将目前企业界主流的管理软件引入到工商管理学科课程体系中来。通过本课程的学习,能够使学生了解现代管理方法与软件的基本原理,掌握现代管理方法与软件的具体使用,建立把现代管理方法与软件应用于实际工作的能力,提升学生的就业竞争力和发展能力。

“现代管理方法与应用”实验课时安排 32 课时。课程内容包括:企业决策模拟软件与应用、CRM 管理软件与应用、投资决策评价软件与应用、创意管理软件应用实验、项目管理软件与应用、ERP 管理软件与应用、企业 OA 系统应用等 7 个主流企业管理方法和软件的应用、操作。课程主要教学软件有:企业模拟经营软件系统(TOP-BOSS)、企能客户关系管理软件系统(CRM)、铭星项目投资决策评价软件系统、创意管理软件系统(Mindmanager)、项目管理软件系统(Project)、金蝶办公自动化软件系统(OA)、金蝶企业资源计划管理软件系统(ERP)。

实验一 企业决策模拟实验

一、实验目的

经营竞赛教学法(Business Game)或称管理竞赛(Management Game)为美国各大学企管研究所经常使用的 MBA 企管教育教学方式。透过实际的系统来模拟各类经营情境,能更有效地培育经营人才在决策制订、环境与竞争分析以及解决各类管理问题的能力。企业营运模拟系统(Business Operations Simulation System, BOSS)是台湾政治大学企业管理研究所参考 R. C. Henshaw 和 J. R. Jacson 于 1973 年发表的“Executive Game”研发的,经过长达 10 年时间的实际教学与不断地改进,这套系统的架构日臻完善。

通过 TOP-BOSS2005 互动及模拟式的教学方法,能让学生在娱乐中熟悉企业经营的整体理念,并了解企业经营的竞争过程,堪称为培养优秀管理人才所不可或缺的工具。

本实验项目的教学过程,将企业决策理论方法与软件实用操作技巧相结合,采用案例教学方法,全面深入介绍 TOP-BOSS2005 的功能,并可指导学生用 TOP-BOSS2005 完成模拟企业经营决策工作。

二、实验要求

学生在进行 TOP-BOSS 实验、参加 TOP-BOSS 课程竞赛过程中,要认真学习并掌握企业产品决策、生产决策、促销决策、研发决策、成本计算、采购决策、宏观经济形势预测等工作的方法和策略。

BOSS 是一个全方位整合性的策略运用学习软件,通过团体学习与互动竞争,学生要了解一个企业组织是如何运作的,包括组织决策与分工合作、竞争理论与实践。学生要训练自己在企业经营方面具有全方面的思考与判断能力、各种管理科目的综合运用能力。

三、实验内容与步骤

(一)BOSS 组队 (Team-up)

参赛者分成 2~10 组,每组成员有:

总经理:负责整体决策

生产:设备投资、产能安排

财务:银行往来、股利发放

营销:价格、仓储及营销费用

企划:市场量预估

采购:原料采购

(二)进入和退出 TOP-BOSS2005

键入网址: <http://10.240.31.4:1313>,进入 TOP-BOSS 竞赛平台,单击“申请新公司”,填写公司名称等信息后单击“确定”,等待竞赛主持人审核,单击“填写申请书”和“以审核账号登入”即可参加企业决策模拟竞赛。

(三)BOSS 竞赛方式

主持人设定各种整体经济环境与产业环境的变量。

各组收到“第零期”整体经济环境与产业环境情报及接管公司的业务与财务报表。

各组成员分工合作,分析各种外部信息,试算公司自身各种资源投入的可能组合,作成决策后输入 BOSS 系统。

各组输入决策后,主持人结算第一期竞赛结果,各组可由 Client 端,看到公司

经营结果与其他竞争者的重要成绩表现。

重新评估各种外部状况与公司内部状况,并可购买产业或竞争者情报加以分析,之后,再行输入决策值,如此反复进行竞赛,直到主持人设定的期数完成为止。

(四)BOSS 竞赛标准

1. 正常营运:依照主持人宣布的竞赛期数和设定的折现率 k ,将公司所获得的各期利润与发给股东的股利以净现值形式计算后,正数值最大者就是优胜的队伍,其他依此类推。

$$\sum_{i=1}^{n-1} \left[\frac{\text{第 } i \text{ 期股利}}{(1+k/4)^i} + \frac{\text{第 } n \text{ 期股利} + \text{第 } n \text{ 期期末经济权益}}{(1+k/4)^n} \right] - \left[\frac{\text{期初业}}{\text{主权益}} \right] = NPV \text{ 价值}$$

2. 破产:由于经营不善,而造成总负债超过业主权益十倍的情况下,程序将自动宣告该公司破产,并在当期经营报表上公告,此时该竞赛队伍亦将被迫退出此次竞赛,无法再参加后面的各期经营竞赛。

(五)BOSS 竞赛分析框架

□分析环境情报

- ⇒ 总体经济资料
- ⇒ 产业背景资料

□分析前期报表

- ⇒ 一般环境信息
- ⇒ 产品生命周期指数
- ⇒ 业务状况
- ⇒ 损益表
- ⇒ 现金流动表
- ⇒ 资产负债表

□分析竞争者动态

- ⇒ 营销
- ⇒ 研发
- ⇒ 产能
- ⇒ 财务

□公司业务状况评估

- ⇒ 市场潜能
- ⇒ 市场占有率
- ⇒ 各市场库存

□内部资源

- ⇒ 现金
- ⇒ 原料与成品库存
- ⇒ 产能(& 材料转换系数)

□整体分析与决策

- ⇒ 定价策略
- ⇒ 营销策略
- ⇒ 下期生产量与分配量
- ⇒ 现金流量
- ⇒ 利润预估

(六)各期绩效检讨方法

□第一期

- ⇒ 检查市场潜量与实际销售量的差距
- ⇒ 物价指数
- ⇒ 季节指数

- ⇒ 生命周期指数
- ⇒ 检查购料与生产量的差距
- ⇒ 购买数量
- ⇒ 购买价格

□第二期

- ⇒检查研究发展预算
- ⇒检查维护支出预算
- ⇒检查设备投资与生产量

□第三期

- ⇒检查竞争者的策略
- ⇒检查个别市场的绩效

□第四期

- ⇒发展不同的竞争策略
- ⇒集中策略

⇒价格领导策略

⇒差异化策略

□第五期

- ⇒比较各公司整体获利状况
- ⇒比较各公司财务绩效
- ⇒比较各公司采购利绩效

□第六期

- ⇒比较各公司生产绩效
- ⇒比较各公司营销绩效
- ⇒比较各公司企划绩效

四、实验注意事项

1. 注意团队的合作与决策。
2. 学习如何将自己的想法推销给其他学生。
3. 注意正确解读市场情报。
4. 注意正确解读业务及财务报表。
5. 重视发展策略、执行策略与修正策略的循环运用。
6. 注意整合生产、销售,研发及财务等管理工作。

实验二 CRM 管理软件应用实验

一、实验目的

CRM(Customer Relationship Management)就是客户关系管理。CRM 是选择和管理有价值客户及其关系的一种商业策略,它要求以客户为中心的商业哲学和企业文化来支持有效的市场营销、销售与服务流程。

本实验目的是了解 CRM 软件的总体架构和主要功能,并结合实际操作,掌握 CRM 系统中客户管理和线索管理功能模块的应用。

二、实验要求

1. 参加市场活动,获得线索并跟踪某客户。
2. 将已有的线索转化为客户、联系人并进行机会跟踪。