

成功企业管理经典

袁宝华题

卷三

成功企业管理方法典范

CGQYGLJD

中国 社 会 出 版 社

成功企业管理经典(卷三)

成功企业管理方法典范

主编 宋力刚

中国社会出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

成功企业管理经典读本/宋力刚主编, -北京: 中国
社会出版社, 2000. 4

ISBN 7-80146-376-5

I. 成… II. 宋… III. 企业管理-经验 IV. F27

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 05481 号

成功企业管理经典

主编 宋力刚

中国社会出版社出版发行

北京西城区龙路甲 33 号新龙大厦六层 邮政编码: 100032

北京市朝阳区京东印刷厂印刷

各地新华书店经销

*

开本: 850×1168 毫米 1/32 印张: 160 字数: 4000 千字

2000 年 4 月第一版 2000 年 4 月第一次印刷

印数: 1-2000 册 定价: 880.00 元 (全十卷精装)

ISBN 7-80146-376-5/F·145

《成功企业管理经典》

编 写 委 员 会

顾问：袁宝华（原国家经委主任、中国企业管理协会会长、企业家协会会长。）

主编：宋力刚（中国质量管理协会副会长、全国用户委员会主任。）

副主编：许 琪

编委其他成员：（排名不分先后）

朱子璋 伍 威 常 远 马文涛

张卫义 窦志强 李 泽 许潇予

赵子豪 王 旋 孙松寒 巩铭谱

厉 宁 郑中天 许 诺 成 功

序

新加坡前总理李光耀先生在'99全球财富论坛演讲时将中国描述成一艘正驶向新世纪的超级经济航空母舰。

勿容置疑,新世纪中国将是现出前所未有的发展,从《财富》全球论坛上海年会起,中国已经开始以自己的实力为全球经济奥运会搭台。

'99《财富》全球论坛上海年会及中国即将加入的世界贸易组织,不仅给中国和中国企业带来了巨大机遇,同时也给中国的企业 and 企业家们带来了严峻的挑战和压力。然而,全球经济一体化的趋势锐不可挡。中国的经济今后也必将更多地融入世界经济的大潮中,按国际通行的规则运行。

独立自主地发展经营,努力完善和提高自我,面对现实,接受挑战,在逐鹿中国,逐鹿世界的经济大战中,雄居一流,立于不败之地。是每一个中国企业的神圣使命及发展目标和现时应深思慎实的问题。

纵观世界500强,不难发现一个道理:管理是企业的灵魂。面临着诸多跨国公司的严峻挑战,我国企业的当务之急是提高国际竞争力。数十年改革开放的过程就是中国企业不断学习的过程。学的好、学的快,能结合自身实际、勇于创新 and 超越21世纪的风流人物当属中国的企业家们!

《财富》500强中几乎每一个成功的企业都有一套科学的管理机制且不断发展和创新。研究表明,组织与管理要素是现代经济增长的重要源泉,也是单个公司兴衰成败的关键所在。目前一批500强

企已经进行了企业结构的调整，经营思路的创新。我国的部分企业在经营管理的创新方面也奋起直追，在建立新市场需要，用户满意为中心的经营管理机制等方面，进行了积极的探索，为企业改革提供了有益的经验。

企业不是在造神话，是需要每天脚踏实地地学习，兢兢业业地工作，发奋图强地创新。只有这样，立于不败之地，才会梦想成真，只有这样，用句时下流行的话来说“狼”来的时候，才能“与狼共舞”，把握机遇，挺进全球市场。

中国社会出版社最新出版的《成功企业管理经典》，正是应这一时势情结而诞生的。该套书浓缩了世界顶级企业的卓越管理经验及范例，从“成功企业管理绝学”、“成功企业规章制度典范”、“成功企业管理方法典范”、“成功企业理财与资本运营”、“成功企业领导修练”、“所向披靡的哈佛管理”、“异军突起的A管理模式”、“雄霸全球的世界500强”、“中国入世后企业应对策略及发展运作”、“成功企业管理经典范例”等十个方面，较为权威和详实地描述了世界一流企业的经营思想和经营韬略。相信“入世”在即，此书对于现时的中国企业和企业家们将大有裨益。

最后衷心祝贺《成功企业管理经典》一书隆重出版，同时也衷心祝愿她成为中国企业家，中国经理人的一种真正扶佐和参考指南。

宋力刚
2000年3月

以我为主博采众长
融合提炼自成一家

袁宝华

二〇〇〇年三月

目 录

第一篇

成功企业管理基础

第一章 管理与管理学的发展·····	(3)
第一节 管理的产生与发展·····	(3)
一、管理的起源·····	(3)
二、管理实践的发展·····	(4)
第二节 人类早期的管理思想·····	(8)
一、人类早期的管理思想·····	(8)
二、资本主义前管理思想的发展·····	(10)
第三节 管理科学的形成·····	(14)
一、资本主义经济:管理科学形成的前提·····	(14)
二、泰罗、法约尔与管理科学的诞生·····	(15)
第四节 管理科学的发展·····	(21)
一、社会人时代与行为科学的诞生·····	(21)
二、管理理论丛林阶段·····	(23)
第五节 管理学的概念与特点·····	(28)

一、管理学的概念·····	(28)
二、管理学的特点·····	(29)
第六节 管理学的发展趋势·····	(32)
一、影响未来管理学发展的几大因素·····	(32)
二、管理学发展的趋势·····	(32)
 第二章 管理的性质、对象与方法·····	(34)
第一节 管理的概念·····	(34)
一、什么是管理·····	(34)
二、管理与管理学的关系·····	(36)
第二节 管理的性质·····	(36)
一、管理具有生产力属性,是现代生产力的构成要素·····	(36)
二、管理具有生产关系属性,是生产关系的实现方式之一·····	(40)
三、管理的科学性与艺术性·····	(41)
四、管理工作作为作业工作服务,具有服务性·····	(44)
第三节 管理的对象·····	(46)
一、人力资源·····	(46)
二、物力资源·····	(47)
三、财力资源·····	(48)
四、信息资源·····	(48)
第四节 管理的方法·····	(49)
一、行政方法·····	(49)
二、经济方法·····	(50)
三、教育方法·····	(51)
四、以现代科学为基础的数量分析方法·····	(52)

第二篇**成功企业管理的方法与技巧**

第一章 计 划	(57)
第一节 计划职能概述	(57)
一、计划的性质	(57)
二、计划工作的基本内容和步骤(程序)	(58)
三、计划的分类	(60)
四、计划工作的原理	(62)
第二节 目标与战略	(63)
一、组织目标	(64)
二、组织战略	(66)
第三节 预 测	(69)
一、预测的作用	(69)
二、预测的程序	(70)
三、预测的类型	(71)
四、预测的方法	(72)
五、选择预测方法应考虑的因素	(78)
第四节 决策	(79)
一、决策的概念及内容	(80)
二、决策的程序	(81)
三、决策方式和效果	(82)
四、决策技术	(84)
第五节 计划的编制	(88)
一、编制计划时应考虑的因素	(88)
二、编制计划应遵循的原则	(89)
三、编制计划的程序	(89)

第六节 现代计划技术	(90)
一、滚动计划法	(90)
二、线性规划	(91)
 第二章 组织	(95)
第一节 组织设计	(95)
一、组织设计的任务	(95)
二、组织设计的原则与影响因素	(102)
三、部门设计	(110)
四、传统企业组织结构类型	(114)
五、当代企业组织结构变化新趋势	(119)
六、当代企业组织结构变化基本趋势	(121)
第二节 组织工作过程	(123)
一、管理幅度与管理层次划分	(123)
二、直线、参谋与职权关系处理	(129)
三、授权理论与授权艺术	(134)
四、非正式组织	(139)
五、现代团队理论	(144)
 第三章 人力资源管理	(149)
第一节 人力资源管理的含义	(149)
一、人力资源的含义	(149)
二、人力资源的特征	(150)
三、人力资源管理的目的与职能	(151)
四、人力资源管理的原则	(154)
第二节 人力资源规划	(158)
一、人力资源规划的含义	(158)
二、人力资源规划的作用	(158)

三、人力资源规划的内容	(159)
四、人力资源规划编制的原则与程序	(162)
第三节 员工招聘	(164)
一、员工招聘的程序	(164)
二、择员的考核技术	(165)
三、心理测验	(167)
四、招聘应注意的问题	(168)
五、招聘中用工制度的选择	(168)
六、终身雇佣制简评	(170)
第四节 员工培训和人力资源开发	(171)
一、培训的意义	(171)
二、培训的原则	(172)
三、培训的形式	(173)
四、西方发达资本主义国家的职工培训	(173)
第五节 报酬工作和福利制度	(175)
一、做好报酬工作的重要性	(175)
二、报酬工作的内容	(175)
三、做好报酬工作的原则	(176)
四、年功序列制	(178)
五、福利制度	(179)
第四章 领 导	(182)
第一节 领导的性质和作用	(182)
一、领导的含义	(182)
二、领导的作用	(184)
第二节 理想的领导者与领导集体	(185)
一、领导者素质及条件	(185)
二、领导集体的构成	(189)

第三节 领导方式及其理论	(192)
一、领导方式的基本类型	(192)
二、领导方式的连续统一体理论	(193)
三、管理方格理论	(195)
四、权变理论	(197)
第四节 领导艺术	(199)
一、干领导的本职工作	(199)
二、善于同下属交谈,倾听下属的意见	(200)
三、争取众人的友谊和合作	(202)
四、做自己时间的主人	(204)
 第五章 激 励	 (207)
第一节 人的需要与激励原理	(207)
第二节 激励的根本原则	(211)
第三节 认识激励对象	(213)
第四节 激励的手段与方式	(221)
一、目标激励	(222)
二、榜样激励	(223)
三、危机激励	(223)
四、文化激励	(224)
五、员工持股激励	(225)
第五节 激励运用的艺术	(226)
一、广泛性	(226)
二、多样性	(227)
三、具体性	(228)
四、及时性	(228)
五、经常性	(229)
六、公开性	(230)

七、针对性	(230)
八、新奇性	(231)
第六章 沟 通	(232)
第一节 沟通的重要性	(232)
第二节 分析员工的状况	(233)
第三节 最管用的沟通手段	(234)
第四节 语言沟通的妙用	(238)
一、认识语言	(238)
二、语言沟通的原则和技巧	(240)
三、影响语言沟通接受的诸因素	(242)
第五节 非语言沟通的诀窍	(244)
一、空间要求:与对方保持怎样的距离	(244)
二、把握时机:创造最佳沟通效果	(246)
三、外表形象:注意分寸和场台	(247)
四、手势与姿态:告诉我门什么	(249)
第七章 控制原理	(252)
第一节 管理控制的概念与特点	(252)
一、管理控制的概念	(252)
二、管理控制的特点	(253)
三、管理控制的类型	(254)
四、控制的作用	(258)
第二节 管理控制过程	(260)
一、制定控制标准	(260)
二、监督检查考核	(262)
三、鉴定偏差并采取纠正措施	(263)
四、控制过程的原则	(264)

第三节 有效控制系统的建立	(266)
一、控制系统的概念	(266)
二、有效控制的要求	(267)
三、有效控制的基础与前提	(267)
四、影响有效控制的因素	(269)
五、提高控制效率的措施	(271)
第四节 自律:管理控制的最高的境界	(273)
一、自律的含义与优点	(273)
二、自我控制的基础	(274)
三、建立自我控制机制要注意的几个问题	(275)

第三篇

世界顶级企业管理方法实务

第一章 行为管理方法	(279)
一、激励管理法	(279)
二、创新整理法	(281)
三、参与管理法	(283)
四、自由式管理法	(285)
五、自动管理法	(286)
六、自我管理法	(288)
七、自我诊断法	(289)
八、和谐管理法	(291)
九、高层管理法	(291)
十、人性管理法	(292)
十一、头脑风暴法	(297)

十二、鱼缸观鱼法	(298)
十三、启发交流法	(300)
十四、集体谈判法	(300)
十五、冲突管理法	(301)
十六、抽屜式管理法	(302)
十七、权威管理法	(302)
十八、协助管理法	(303)
十九、人之能动法	(304)
二十、公共关系法	(305)
二十一、权变管理法	(306)
二十二、关系控制法	(306)
二十三、自我实现法	(307)
二十四、社会人管理法	(307)
二十五、经济人管理法	(308)
二十六、复杂人管理法	(308)
二十七、组织管理法	(309)
二十八、X 理论管理法	(309)
二十九、Y 理论管理法	(310)
三十、超 Y 管理法	(311)
三十一、Z 理论管理法	(311)
三十二、特定目的训练法	(312)
三十三、训练主管法	(313)
三十四、风格鉴定法	(315)
 第二章 目标管理方法	 (316)
一、无缺点管理法	(316)
二、三十二问法	(317)
三、七字诊断法	(317)

四、价值分析法	(319)
五、系统分析法	(321)
六、革新经营法	(323)
七、高速经营法	(324)
八、完成任务检查法	(324)
 第三章 计划管理方法	(327)
一、全面计划管理法	(327)
二、生产计划管理法	(330)
三、弹性计划法	(331)
四、市场预测法	(332)
五、市场调查法	(335)
六、意见调查法	(338)
七、典型分析法	(339)
八、提前期管理法	(340)
九、优化管理法	(340)
十、解剖麻雀法	(341)
 第四章 生产管理方法	(342)
一、全面质量管理法	(342)
二、质量保证管理法	(343)
三、目视管理法	(345)
四、走动管理法	(346)
五、成组技术管理法	(347)
六、现代管理法	(348)
七、科学管理法	(349)
八、工作轮班管理法	(349)
九、合拢管理法	(350)