

工商管理 高级教程

MBA必修核心课程

甘华鸣 / 主编

经营战略
新产品开发
市场营销
生产作业

理财：资金筹措与使用

人力资源：组织和人事

管理方法：计划，控制，决策

附录：工商管理高级教程学习大纲

企业管理出版社

工商管理高级教程

——MBA必修核心课程

(第四卷)

主编 甘华鸣

企业管理出版社

责任编辑:孙荣亮 宋洪玮

版式设计:孙荣亮

封面设计:康笑宇工作室

图书在版编目(CIP)数据

工商管理高级教程:MBA 必修核心课程 /甘华鸣主编. —北京:企业管理出版社,1998.3

ISBN 7-80147-017-6

I.工… II.甘… III.工商行政管理—教材 IV.F203.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 05776 号

工商管理高级教程

——MBA 必修核心教程

甘华鸣 主编

*

企业管理出版社出版

发行部电话:(010)68414644

(社址:北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编:100014)

*

新华书店北京发行所发行

北京市十三陵印刷厂印刷

*

787×1092 毫米 16 开 242.188 印张 3795 千字

1998 年 3 月第一版 1998 年 3 月第一次印刷

印数:5000 册

定价:880.00 元

ISBN 7-80147-017-6/F·1015

《工商管理高级教程》

编辑委员会

主 编:甘华鸣

副主编:卢东斌 王建军 甘黎明 马俊杰

编 委(以姓氏笔划为序):

王立山	王礼明	王兴聘	王 丹	朱 正	朱 林
刘龙清	宋战平	陈 雷	陈宝明	周 煜	李子森
李伟明	李秀春	李建平	李晶明	李艳荣	贺 锐
唐慧娟	黄 河	梁宇云	童学军	彭 衡	

第七编

管理方法：

计划,控制,决策

**MANAGEMENT METHODS
PLANNING, CONTROL AND
DECISION-MAKING**

工商管理高级教程

——MBA 必修核心教程

第四卷 目录

第七编 管理方法： 计划，控制，决策

第一篇 管理基础导论

第一章 为什么要管理.....	2849
第二章 管理是一门科学还是一种艺术	2851
第一节 科学与管理学	2852
第二节 科学及科学方法	2853
第三节 原理和因果关系	2854
第四节 管理学是一门不精确的科学	2854
第五节 基本原理和系统理论	2855
第三章 对管理理论和方法技术的需要	2858
第一节 提高效率	2858
第二节 方便培训	2859

第三节 改进研究	2859
第四节 实现社会目标	2860
第四章 随机制宜的管理	2861
第五章 管理工作需要系统方法	2863
第一节 系统是什么	2863
第二节 系统理论的基本概念	2863
第三节 社会系统是人有的系统	2865
第四节 管理与社会系统	2866
第五节 把管理看作是一个系统时的误解	2867
第六节 系统管理方法的价值	2868
第六章 经营管理的系统方法	2869
第一节 投入和要求	2869
第二节 管理的转换过程	2870
第三节 信息沟通系统	2870
第四节 产出	2871
第五节 外界的可变因素	2872
第六节 恢复系统的活力	2872

第二篇 计 划

第七章 计划工作的性质和目的	2873
第一节 计划工作的性质	2874
第二节 计划工作的类型	2877
第三节 计划工作的重要性	2886
第四节 计划工作的步骤	2888
第五节 计划工作的过程:合理的方法	2894
第六节 计划工作的期限:长期计划工作	2895
第七节 计划工作必须采用开放系统方法	2901
第八章 目标管理	2902
第一节 企业的总目标和一定时期的目标	2903

第二节 目标管理的发展	2907
第三节 目标管理的性质	2910
第四节 目标管理的过程	2913
第五节 参谋职位的目标	2917
第六节 目标管理的好处	2919
第七节 目标管理的弱点	2921
第八节 目标管理的经验	2924
第九章 确定前提条件	2926
第一节 提出前提条件:计划的环境	2927
第二节 前提条件的种类	2928
第三节 环境预测:确定前提条件的关键	2929
第四节 销售预测:公司的主要计划和前提条件	2935
第五节 有效地确定前提条件	2942
第十章 决策	2945
第一节 决策是计划工作的关键步骤	2945
第二节 拟定抉择方案	2946
第三节 限定因素原理	2947
第四节 评价的基本过程	2948
第五节 选取抉择方案的依据	2953
第六节 运筹学和计划工作	2956
第七节 不确定情况下决策的新方法	2967
第八节 评定决策的重要性	2973
第九节 决策工作中的政治	2974
第十节 系统方法和决策	2976
第十一章 战略和政策	2977
第一节 战略和政策的来源	2977
第二节 战略和政策为计划指明方向	2980
第三节 战略和政策的基本类型	2981
第四节 战略的特别重要性	2984
第五节 拟定有效战略的几点要求	2986

第六节	拟定主要的战略	2989
第七节	有效地实施战略	2995
第十二章	使计划工作富有成效	2998
第一节	为什么人们在计划工作中会发生失误	2999
第二节	计划工作的限制条件	3001
第三节	建立适宜计划工作的气氛	3006
第四节	创造性	3011
第十三章	计划的主要原则小结	3015
第十四章	案例	3017

第三篇 控 制

第十五章	控制系统与控制过程	3028
第一节	控制系统的两个基本前提条件	3028
第二节	控制的基本过程	3030
第三节	控制论意义上的控制工作	3032
第四节	控制系统是反馈系统	3033
第五节	实时信息与控制	3034
第六节	前馈控制	3035
第七节	进行有效控制的必要条件	3041
第八节	关键的控制点和标准	3045
第十六章	控制技术	3049
第一节	传统的控制方法:预算	3049
第二节	项目预算	3057
第三节	使传统的预算控制发挥作用	3059
第四节	传统的非预算控制方法	3060
第五节	改善信息技术	3065
第六节	程序的计划和控制	3072
第七节	用运筹学进行控制	3076
第八节	时间事件网络分析	3079

第十七章 工作成效的全面控制	3086
第一节 预算汇总表和预算报表	3087
第二节 损益控制	3088
第三节 用投资回收率进行控制	3090
第四节 人事组织的衡量和控制	3095
第五节 企业的自我审核法	3099
第十八章 直接控制:确保有效的管理	3102
第一节 间接控制	3102
第二节 直接控制的原理	3105
第三节 管理审计	3108
第四节 对主管人员具有挑战性的任务	3112
第五节 培养更有能力的主管人员	3115
第六节 需要有才能的领导者	3119
第十九章 控制的主要原则小结	3120
第二十章 案例	3124

第四篇 决策

引言	3133
----	------

第一分篇 决策(一):独立决策

导语	3138
第二十一章 信息充足的独立决策	3139
第一节 决策准则和方法	3139
第二节 案例	3153
第二十二章 信息不充足的独立决策	3167
第一节 决策原则	3167
第二节 案例	3167

第二分篇 决策(二):互动决策

导语	3168
第二十三章 信息充足的互动决策(一):对抗	3169
第一节 决策准则和方法	3169
第二节 案例	3173
第二十四章 信息充足的互动决策(二):补偿	3181
第一节 决策准则和方法	3181
第二节 案例	3184
第二十五章 信息充足的互动决策(三):非补偿	3203
第一节 决策准则和方法	3203
第二节 案例	3206
第二十六章 信息充足的互动决策(四):非合作	3221
第一节 决策准则和方法	3221
第二节 案例	3224
第二十七章 信息不充足的互动决策:决策原则	3229

附录:工商管理高级教程 学 习 大 纲

引 言 工商管理的基础概念	3235
------------------------	------

第一单元 经营战略

第一篇 经营战略管理导论	3241
--------------------	------

第一章 经营战略管理	3241
第二章 建立企业目标	3246
第三章 识别战略方案	3255
第四章 战略选择	3259
第二篇 竞争战略:一般性分析技术	3266
第五章 竞争战略概述	3266
第六章 行业的结构分析	3269
第七章 一般性竞争战略	3272
第八章 竞争者分析的结构	3275
第九章 市场信号	3276
第十章 竞争行动	3277
第十一章 针对买方和供应商的战略	3279
第十二章 行业内的结构分析	3281
第十三章 行业演变	3284
第三篇 竞争优势的原则	3286
第十四章 价值链和竞争优势	3286
第十五章 成本优势	3288
第十六章 差异化	3291
第十七章 技术与竞争优势	3298
第十八章 对竞争者的选择	3301
第四篇 进攻性和防御性竞争战略	3304
第十九章 行业图景与不确定条件下的竞争战略	3304
第二十章 防御战略	3306
第二十一章 向行业领先者进攻	3310

第二单元 新产品开发

第一篇 开发管理导论	3314
------------------	------

第一章 开发管理	3314
第二章 创新	3318
第二篇 战略	3320
第三章 新产品战略计划:产品创新大纲.....	3320
第四章 战略过程和管理	3331
第三篇 概念形成	3337
第五章 概念形成:创造性过程和创造性人才.....	3337
第六章 新产品概念形成过程	3341
第七章 新产品构思的收集和处理	3349
第四篇 评 价	3352
第八章 概念评价系统	3352
第九章 评价工具:大纲和预选.....	3357
第十章 评价工具:筛选与原型测试.....	3363
第十一章 评价工具:产品使用测试.....	3365
第十二章 评价工具:试销.....	3366
第十三章 经济分析	3369
第五篇 商业化	3374
第十四章 商业化:投放前控制.....	3374
第十五章 商业化:投放周期.....	3377
第十六章 商业化:新产品营销计划.....	3382
第十七章 商业化:营销手段.....	3388
第十八章 商业化中的投放控制及特殊领域	3393

第三单元 市场营销

第一篇 营销管理导论.....	3396
第一章 市场营销在企业中的作用	3396
第二篇 市场结构和行为分析	3404

第二章 市场营销环境	3404
第三章 消费者市场和购买行为	3410
第四章 组织市场和购买行为	3418
第三篇 调查研究和选择营销机会	3422
第五章 市场调查和预测	3422
第六章 市场细分、选择目标市场和确定产品的市场地位.....	3426
第四篇 制定市场营销战略	3432
第七章 营销计划制定过程	3432
第五篇 营销策略的规划工作	3438
第八章 产品、品牌、包装和服务决策	3438
第九章 定价决策	3445
第十章 营销渠道决策	3453
第十一章 零售、批发和实物分销决策.....	3458
第十二章 沟通和促销组合决策	3461
第十三章 广告决策	3470
第十四章 促销活动和公共宣传决策	3475
第十五章 推销管理与人员推销决策	3477
第六篇 营销活动的实施与控制	3483
第十六章 营销组织和执行	3483
第十七章 市场营销控制	3488

第四单元 生产作业

第一篇 生产管理导论.....	3498
第一章 生产管理	3498
第二章 决策和生产职能	3499
第三章 系统概念	3504
第二篇 分析方法	3509

第四章 生产和业务管理的分析方法	3509
第五章 决策的成本数据	3510
第六章 资本成本和投资标准	3513
第三篇 生产系统建立的设计	3514
第七章 生产设计和生产过程	3514
第八章 过程规划	3516
第九章 建厂地区规划	3519
第十章 物质设备布置	3522
第十一章 作业设计与人一机系统	3528
第十二章 生产标准与劳动测定	3534
第四篇 生产系统运行的计划和控制	3538
第十三章 生产—储存系统	3538
第十四章 预测和库存	3539
第十五章 总体计划和方案	3544
第十六章 大量生产系统的进度安排和控制	3547
第十七章 间断生产系统的进度计划和控制	3551
第十八章 大规模工程项目的计划、进度安排和控制	3553
第十九章 质量控制	3554
第二十章 生产和业务管理综述	3557

第五单元 理财：资金筹措与使用

第一篇 财务管理导论	3559
第一章 财务职能	3559
第二章 财务报表	3561
第三章 财务环境	3565
第四章 税收环境	3568
第二篇 财务决策中的时间尺度	3570

第五章 货币的时间价值	3570
第六章 资本预算方法	3572
第七章 市场如何决定贴现率	3574
第三篇 财务分析、计划和控制	3576
第八章 财务比率分析	3576
第九章 财务分析和控制	3581
第十章 财务预测	3588
第四篇 营运资本管理	3591
第十一章 营运资本政策	3591
第十二章 现金和有价值证券管理	3595
第十三章 存货管理	3598
第十四章 信贷管理及政策	3605
第十五章 短期融资	3607
第五篇 资本成本和评价	3609
第十六章 财务结构和杠杆作用	3609
第十七章 资本结构与资本成本	3613
第十八章 股息政策	3620
第十九章 评价	3623
第六篇 财务政策的确定	3625
第二十章 外部融资:机构及其行为	3625
第二十一章 普通股融资	3629
第二十二章 债券和优先股	3632

第六单元 人力资源:组织和人事

第一篇 组织人事导论	3637
第一章 组织人事学概论	3637
第二篇 个体过程	3640

第二章 个性和感知	3640
第三章 学习和强化	3644
第四章 处理管理问题的风格	3649
第五章 个体沟通	3653
第三篇 群体过程	3657
第六章 群体内部的动态特征	3657
第七章 群体之间的动态特征	3663
第四篇 组织过程	3667
第八章 工作设计	3667
第九章 组织设计	3672
第五篇 个体、群体及组织过程	3679
第十章 激励	3679
第十一章 领导过程	3685
第十二章 权力与政策	3694
第十三章 冲突过程	3696
第十四章 工作压力	3700
第六篇 人员配备	3703
第十五章 人员配备的性质和目的	3703
第十六章 主管人员的选拔	3706
第十七章 主管人员的考评	3708
第十八章 主管人员的培养	3709

第七单元 管理方法：计划，控制，决策

第一篇 管理基础导论	3711
第一章 为什么要管理	3711
第二章 管理是一门科学还是一种艺术	3712
第三章 对管理理论和方法技术的需要	3713