

普
华
经
管

世界 500 强
企业精细化管理工具系列

世界 5000 强 企业管理层最钟爱的 管理工具



[附赠光盘]

姚根兴 © 主编

汇总世界 500 强企业管理层的**管理经验**

提供 **126** 个经典、实用的**管理工具**

帮助企业管理者**迅速掌握**先进的**管理手段**

15 个战略管理工具 11 个领导与组织工具

15 个创新运用工具 14 个管理体系工具 24 个市场营销工具

12 个人力资源管理工具 10 个质量管理工具

15 个财务管理工具 10 个客户服务管理工具

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

013070509

F272
338

世界 500 强企业精细化管理工具系列

世界 500 强企业管理层 最钟爱的管理工具

姚根兴 主编



北航 C1678956

人民邮电出版社
北京

F272
338

P

013070202

图书在版编目 (CIP) 数据

世界 500 强企业管理层最钟爱的管理工具 / 姚根兴主编. —北京: 人民邮电出版社, 2013.10
(世界 500 强企业精细化管理工具系列)
ISBN 978-7-115-32896-0

I. ①世… II. ①姚… III. ①企业管理 IV.
①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 188838 号

内 容 提 要

本书汇集了世界 500 强企业常用的 126 个管理工具, 内容涵盖企业战略管理、领导与组织、创新运用、管理体系和市场营销等 9 个方面, 可以有效提升企业管理者的管理效率和工作业绩。本书适合企业管理者、企业培训师和咨询师参考使用。

-
- ◆ 主 编 姚根兴
责任编辑 庞卫军
执行编辑 付 路
责任印制 杨林杰
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京艺辉印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 787 × 1092 1/16
印张: 34.5
字数: 500 千字

2013年10月第1版

2013年10月北京第1次印刷

定 价: 88.00 元 (附光盘)

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

前 言

被誉为“现代管理学之父”的彼得·德鲁克曾说过：“管理，从根本上讲，意味着用智慧代替鲁莽，用知识代替习惯与传统，用合作代替强制。”

“世界 500 强企业”是国人对美国《财富》杂志每年评选的“全球最大 500 家公司”排行榜的一种约定俗成的叫法。《财富》世界 500 强排行榜目前是衡量全球大型公司实力的最著名、最权威的榜单。进入世界 500 强的企业通常是跨国企业，其生存和发展能力都非常强，有的甚至是百年不衰。能够进入世界 500 强的企业，在管理方面一定有其成功之处。成功的原因之一是这些企业通常都聚集了一群顶尖的管理者，而这些顶尖的管理者又是靠什么来实现管理的呢？很简单，那就是灵活运用各种管理方法、管理体系等管理工具。

管理工具是指达成管理职能的一些管理思想、处理方法和创新思维等，即典型管理实践的总结。它们是处理特定管理问题的有效方法，是当今管理领域的精髓所在。

实际上，许多管理工具都是由世界 500 强企业的管理者经过实践总结出来的，也有许多是由一些管理专家提出的，并已经在世界 500 强企业中得到充分运用。

《世界 500 强企业管理层最钟爱的管理工具》一书将世界 500 强企业里最流行、最实用的管理工具一一呈现在读者面前，帮助读者迅速地掌握世界上最先进的管理手段、管理工具，并将其运用于自己供职的企业。《世界 500 强企业管理层最钟爱的管理工具》一书包括九大方面 126 个管理工具。

- | | | |
|---------|----------|-----------|
| ◇战略管理工具 | ◇领导与组织工具 | ◇创新运用工具 |
| ◇管理体系工具 | ◇市场营销工具 | ◇人力资源管理工具 |
| ◇质量管理工具 | ◇财务管理工具 | ◇客户服务管理工具 |

《世界 500 强企业管理层最钟爱的管理工具》一书通过三个模块对管理工具进行解析：工具定义、适用范围和工具解析，并随机插入了一些模块，如相关知识、实例说明等，同时以名片的形式介绍了一些世界 500 强企业的基本情况，以使读者对世界 500 强企业有更深入的了解。

《世界 500 强企业管理层最钟爱的管理工具》一书在编辑整理过程中，获得了许多曾在世界 500 强企业工作过的管理人员、顾问老师、审核人员的帮助和支持。其中参与编写和提供资料的有胡迅、李盛峰、李强、张罕芳、王春媚、陈萍、王济营、潘登、游继牡、栾兰、邱彬



世界500强企业
管理层最钟爱的管理工具

崇、邓珠、张绍峰、刘冬娟、高风琴、吴丽芳、宿佳佳、申姝红、郑洁、李建军、李永江、刘军、刘俊、刘海江、刘雪花、杜小彦、骆振中、薛永刚、段青民、李辉、赵静洁、赵建学、陈运花、赵仁涛、柳景章、唐琼、马丽平、宁小军、杨冬琼、段利荣、林红艺、贺才为、林友进、匡仲潇、滕宝红，在此对他们付出的劳动一并表示感谢！

本书中所有文字、图片、图表、表格、案例、数据、参考文献等，均由作者精心收集整理，力求做到准确、完整、实用。本书在编写过程中，参考了国内外大量的相关资料，在此对原作者表示衷心的感谢。同时，本书在编写过程中，也得到了许多领导和同事的大力支持，在此对他们表示衷心的感谢。最后，本书在编写过程中，也得到了许多领导和同事的大力支持，在此对他们表示衷心的感谢。

- 具工运营战略
- 具工运营已平形
- 具工运营策略
- 具工运营新策略
- 具工运营策略
- 具工运营策略
- 具工运营策略
- 具工运营策略
- 具工运营策略

本书在编写过程中，参考了国内外大量的相关资料，在此对原作者表示衷心的感谢。同时，本书在编写过程中，也得到了许多领导和同事的大力支持，在此对他们表示衷心的感谢。最后，本书在编写过程中，也得到了许多领导和同事的大力支持，在此对他们表示衷心的感谢。

本书阅读指南

每一章的章前语部分都对本章的内容及工具进行了概况性的描述。

» 章前语 «

企业战略是确保企业正确发展的航标。任何一家世界500强企业都非常重视企业管理的改善和提升以及对企业发展方向的把握，因而也非常重视企业的战略管理。作为企业的管理人员，尤其是高层管理人员，通常是企业战略的制定者，而制定企业战略并不是空想一番就可以完成的，而是要通过一些成熟、有效的工具进行研究、分析进而制定出来。

本章介绍了企业战略制定过程中一些常用的管理工具：

- EFE矩阵
- IFE矩阵
- SWOT分析法
- BCG矩阵
- SPACE矩阵
- QSPM分析
- PEST分析
- 波特五力分析模型
- 基本竞争战略
- 3C战略三角模型
- 价值链分析法
- 竞争态势CPM矩阵
- 六项思考帽
- 战略地图
- KT决策法

► 工具01 EFE矩阵

【工具定义】

外部因素评价矩阵 (External Factor Evaluation Matrix, 简称EFE矩阵) 是一种用于对外部环境进行分析的工具。

【适用范围】

EFE矩阵可以帮助企业战略制定者归纳和评价经济、社会、文化、人口、环境、政治、政府、法律、技术以及竞争等方面的信息。

【工具解析】

EFE矩阵从机会和威胁两个方面找出影响企业未来发展的关键因素，并根据各个关键因素的影响程度确定其权数，再按企业对各关键因素的有效反应程度对各关键因素进行评分，最后算出企业的总加权分数。

工具的序号及名称方便读者查阅。

※ 实例说明

现利用SPACE矩阵分析法对某企业进行分析，具体内容如图1-6所示。

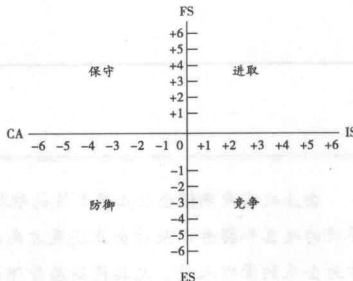


图1-6 某企业SPACE矩阵象限图

工具的使用通过实例加以说明，使之实操性更强。

相关知识

敏捷制造的起源

敏捷制造是美国国防部为了指定21世纪制造业发展而支持的一项研究计划。该计划始于1991年，有100多家公司参加，由通用汽车公司、波音公司、IBM、德州仪器公司、AT&T、摩托罗拉等15家著名大公司和国防部代表共20人组成了核心研究队伍。此项研究历时三年，于1994年年底提出了《21世纪制造企业战略》。在这份报告中，提出了既能体现国防部与工业界各自的特殊利益，又能获取他们共同利益的一种新的生产方式，即敏捷制造。

将与工具相关的知识罗列出来，使读者能够更充分地了解工具。

本书随机插入了一些世界500强企业的简介，使读者能够认识更多的500强企业。

雀巢公司 (NESTLE)

成立年份 (Founded Year): 1867年

总部 (Headquarters): 瑞士日内瓦湖畔的沃韦

主营业务 (Main Business): 食品制造

发展历程 (Development Process): 雀巢公司由亨利·内斯特莱 (Henri Nestle) 于1867年创建，以生产婴儿食品起家。如今的雀巢公司是世界最大的食品制造商，以生产巧克力棒和速溶咖啡闻名遐迩，是世界最大的跨国公司之一，在全球五大洲的81个国家和地区中拥有500多家工厂、25万名员工，所有产品的生产和销售由总部领导下的约200多个部门完成。雀巢公司销售额的98%来自国外，因此被称为“最国际化的跨国集团”。



《世界 500 强企业管理层最钟爱的管理工具》

编读互动信息卡

亲爱的读者：

感谢您购买本书。只要您以以下三种方式之一成为普华公司的会员，即可免费获得普华每月新书信息快递，在线订购图书或向我们邮购图书时可获得免付图书邮寄费的优惠：①详细填写本卡并以传真（复印有效）或邮寄返回给我们；②登录普华公司官网注册成为普华会员；③关注微博：@普华文化（新浪微博）。会员单笔订购金额满 300 元，可免费获赠普华当月新书一本。

哪些因素促使您购买本书（可多选）

- | | | |
|-----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| <input type="radio"/> 本书摆放在书店显著位置 | <input type="radio"/> 封面推荐 | <input type="radio"/> 书名 |
| <input type="radio"/> 作者及出版社 | <input type="radio"/> 封面设计及版式 | <input type="radio"/> 媒体书评 |
| <input type="radio"/> 前言 | <input type="radio"/> 内容 | <input type="radio"/> 价格 |
| <input type="radio"/> 其他（ | | ） |

您最近三个月购买的其他经济管理类图书有

- | | | | |
|------|---|------|---|
| 1. 《 | 》 | 2. 《 | 》 |
| 3. 《 | 》 | 4. 《 | 》 |

您还希望我们提供的服务有

- | | | |
|------------|---------|---|
| 1. 作者讲座或培训 | 2. 附赠光盘 | |
| 3. 新书信息 | 4. 其他（ | ） |

请附阁下资料，便于我们向您提供图书信息

| | | |
|------|------|-----|
| 姓 名 | 联系电话 | 职 务 |
| 电子邮箱 | 工作单位 | |
| 地 址 | | |

地 址：北京市东城区龙潭路甲 3 号翔龙大厦 218 室

北京普华文化发展有限公司（100061）

传 真：010-67120121

读者热线：010-67129879 010-67133481

编辑邮箱：fulu@puhuabook.com

投稿邮箱：tougao@puhuabook.com，或请登录普华官网“作者投稿专区”。

购书电话：010-67129212

淘宝店网址：<http://shop60686916.taobao.com>

媒体及活动联系电话：010-67129872-830

邮件地址：liujun@puhuabook.com

普华官网：<http://www.puhuabook.com.cn>

博 客：<http://blog.sina.com.cn/u/1812635437>

新浪微博：@普华文化（关注微博，免费订阅普华每月新书信息速递）

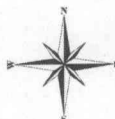
导读 管理必备工具

| | |
|----------------------------|---|
| 一、管理人员的分类 | 1 |
| 二、管理人员的职能 | 2 |
| 三、500 强企业管理人员的基本素质要求 | 2 |
| 四、实现管理的管理工具 | 4 |

第一章 战略管理工具

企业战略是确保企业正确发展的航标。任何一家世界 500 强企业都非常重视企业管理的改善和提升以及对企业发展方向的把握，因而也非常重视企业的战略管理。作为企业的管理人员，尤其是高层管理人员，通常是企业战略的制定者，而制定企业战略并不是空想一番就可以完成的，而是要通过一些成熟、有效的工具进行研究、分析进而制定出来。

| | |
|-----------------------|----|
| 工具 01 EFE 矩阵 | 6 |
| 工具 02 IFE 矩阵 | 8 |
| 工具 03 SWOT 分析法 | 10 |
| 工具 04 BCG 矩阵 | 16 |
| 工具 05 SPACE 矩阵 | 21 |
| 工具 06 QSPM 分析 | 27 |
| 工具 07 PEST 分析 | 29 |
| 工具 08 波特五力分析模型 | 33 |
| 工具 09 基本竞争战略 | 36 |
| 工具 10 3C 战略三角模型 | 42 |
| 工具 11 价值链分析法 | 43 |
| 工具 12 竞争态势矩阵 | 47 |
| 工具 13 六顶思考帽 | 50 |
| 工具 14 战略地图 | 52 |



工具 15 KT 决策法 58

第二章 领导与组织工具

领导是指领导者为实现组织的目标而运用权力向其下属施加影响力的一种行为或行为过程。领导者对权力的运用方式称作领导风格或领导方式。组织是指由诸多要素按照一定方式相互联系起来的系统，管理者必须在组织中方能实施其领导。关于领导与组织，西方许多管理学专家都做了大量的研究，产生了多种理论工具。

| | | |
|-------|---------|-----|
| 工具 01 | 情境领导理论 | 70 |
| 工具 02 | 魅力型领导理论 | 74 |
| 工具 03 | 路径—目标理论 | 76 |
| 工具 04 | 弗罗姆决策模型 | 79 |
| 工具 05 | 管理方格图 | 82 |
| 工具 06 | 渐进决策模型 | 85 |
| 工具 07 | 组织结构 | 87 |
| 工具 08 | 虚拟管理法 | 97 |
| 工具 09 | 非正式组织 | 100 |
| 工具 10 | 7S 模型 | 105 |
| 工具 11 | 诺兰阶段模型 | 109 |

第三章 创新运用工具

创新是指以新思维、新发明和新描述为特征的一种概念化过程。创新是企业的生命。世界 500 强企业之所以能在竞争中处于主动，立于不败之地，很重要的一个原因就是它将创新作为企业的发展战略，要求企业、要求员工不断创新。因而创新能力已成为世界 500 强企业员工的基本任职要求之一。

| | | |
|-------|----------|-----|
| 工具 01 | 改善提案制度 | 114 |
| 工具 02 | 脑力激荡法 | 120 |
| 工具 03 | 卡片式智力激励法 | 124 |
| 工具 04 | 戈登法 | 126 |
| 工具 05 | 焦点法 | 128 |
| 工具 06 | 635 法 | 130 |

| | | |
|-------|---------|-----|
| 工具 07 | NM 法 | 131 |
| 工具 08 | 奥斯本检核表法 | 133 |
| 工具 09 | 德尔菲法 | 138 |
| 工具 10 | 缺点列举法 | 144 |
| 工具 11 | 十二聪明法 | 147 |
| 工具 12 | 特性列举法 | 152 |
| 工具 13 | 希望点列举法 | 153 |
| 工具 14 | 信息交合法 | 156 |
| 工具 15 | 综摄法 | 161 |

第四章 管理体系工具

管理是指为了实现某种目的而进行的决策、计划、组织、指导、实施、控制的过程。管理体系是从企业全局角度和系统目标出发，将全部活动和相关资源作为过程进行控制，将相互关联的过程或过程网络作为体系来管理，覆盖企业内部管理的各个方面。

| | | |
|-------|-----------------------|-----|
| 工具 01 | CIS 企业形象识别系统 | 166 |
| 工具 02 | CS 战略 | 171 |
| 工具 03 | BPR 业务流程重组 | 174 |
| 工具 04 | ISO9000 质量管理体系 | 181 |
| 工具 05 | ISO14000 环境管理体系 | 185 |
| 工具 06 | OHSAS18000 职业安全卫生管理体系 | 186 |
| 工具 07 | SA 8000 社会责任标准 | 190 |
| 工具 08 | JIT 准时生产方式 | 193 |
| 工具 09 | 敏捷制造 | 196 |
| 工具 10 | TQM 全面质量管理 | 199 |
| 工具 11 | TPM 全员生产维修 | 202 |
| 工具 12 | 标杆管理 | 207 |
| 工具 13 | MBO 目标管理 | 212 |
| 工具 14 | 知识管理 | 214 |



第五章 市场营销工具

市场营销是一种复杂而微妙的过程，构成了许多以前辉煌一时的企业的致命弱点。实际上，世界 500 强企业如西尔斯、通用、施乐和索尼等都面临着更加强化的顾客（顾客的权利正在增加）和新的竞争对手，即使英特尔、微软和沃尔玛等市场领先企业也面临着巨大的挑战。

| | | |
|-------|------------------|-----|
| 工具 01 | 产品生命周期 | 220 |
| 工具 02 | 产品/市场扩展方格图 | 225 |
| 工具 03 | 环境威胁机会矩阵 | 227 |
| 工具 04 | 四象限定位法 | 233 |
| 工具 05 | 数据库营销 | 234 |
| 工具 06 | 整合营销 | 240 |
| 工具 07 | 网络营销 | 243 |
| 工具 08 | 一对一营销 | 247 |
| 工具 09 | 绿色营销 | 251 |
| 工具 10 | 关系营销 | 257 |
| 工具 11 | 特许经营 | 268 |
| 工具 12 | 连锁经营 | 272 |
| 工具 13 | 价格—促销方格图 | 276 |
| 工具 14 | 竞争导向定价法 | 277 |
| 工具 15 | 目标利润定价法 | 279 |
| 工具 16 | 认知价值定价法 | 280 |
| 工具 17 | 成本加成定价法 | 281 |
| 工具 18 | 访问调查法 | 283 |
| 工具 19 | 观察调查法 | 288 |
| 工具 20 | 市场实验调查法 | 293 |
| 工具 21 | 文献调查法 | 297 |
| 工具 22 | 销售—反应和衰变模式 | 300 |
| 工具 23 | 推拉战略 | 301 |
| 工具 24 | IMIM 过程 | 303 |

第六章 人力资源管理工具

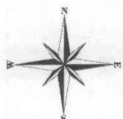
人力资源管理是指对企业中的人力资源进行规划、培训、选拔录用、考核激励等计划、组织、控制和协调的活动过程。人力资源主要有六个模块——人力资源规划、招聘与配置、培训与开发、薪酬与福利、绩效管理和员工关系，这六大模块中都有大量的管理工具可供管理者使用。

| | |
|--------------------------|-----|
| 工具 01 素质词典 | 306 |
| 工具 02 能力素质模型 | 309 |
| 工具 03 卡特尔十六种人格因素测验 | 317 |
| 工具 04 管理评价中心法 | 321 |
| 工具 05 文件筐测验 | 325 |
| 工具 06 无领导小组讨论 | 329 |
| 工具 07 平衡计分卡 | 341 |
| 工具 08 360 度反馈评价 | 350 |
| 工具 09 KPI 关键绩效指标 | 357 |
| 工具 10 业绩合同 | 366 |
| 工具 11 LIFO 系统 | 371 |
| 工具 12 继任计划 | 376 |

第七章 质量管理工具

市场竞争实质上就是质量竞争，质量就是竞争力，这在世界 500 强企业中得到了充分体现。世界 500 强企业在质量管理过程中探索出了许多先进的管理方法并运用于实践中，同时由于取得了卓有成效的效果，许多方法都被世界各国企业广泛运用。

| | |
|---------------------------|-----|
| 工具 01 PDCA 循环 | 382 |
| 工具 02 标准化 | 385 |
| 工具 03 零缺陷计划 | 388 |
| 工具 04 六西格玛 | 400 |
| 工具 05 QCC 品管圈 | 411 |
| 工具 06 QFD 质量功能展开 | 418 |
| 工具 07 SPC 统计过程控制 | 422 |
| 工具 08 APQP 产品质量先期策划 | 429 |



| | | |
|-------|-------------------|-----|
| 工具 09 | FMEA 潜在失效模式 | 433 |
| 工具 10 | MSA 测量系统分析 | 438 |

第八章 财务管理工具

财务管理是一种价值管理，渗透和贯穿于企业一切经济活动之中。企业的资金筹集、使用和分配，一切涉及资金的业务活动都属于财务管理的范围。企业的管理人员需要关注企业的财务状况，而要做到这一点，必须掌握一些财务管理方面的知识和管理工具，尤其是非财务管理系统的管理人员，更需要加以学习。

| | | |
|-------|-----------------|-----|
| 工具 01 | 资产负债表 | 446 |
| 工具 02 | 利润表 | 454 |
| 工具 03 | 现金流量表 | 458 |
| 工具 04 | 弹性预算法 | 463 |
| 工具 05 | 零基预算法 | 466 |
| 工具 06 | 杜邦分析法 | 472 |
| 工具 07 | 沃尔评分法 | 476 |
| 工具 08 | 因素分析法 | 480 |
| 工具 09 | 比较分析法 | 482 |
| 工具 10 | 企业安全率 | 484 |
| 工具 11 | 信用 5C 分析法 | 486 |
| 工具 12 | 雷达图分析法 | 488 |
| 工具 13 | 杠杆收购法 | 491 |
| 工具 14 | 价值分析 | 495 |
| 工具 15 | ABC 成本法 | 500 |

第九章 客户服务管理工具

客户是指那些需要企业产品或者服务的人或者组织，是企业利润链中重要的一环。世界 500 强企业通常将企业的客户（包括最终客户、分销商和合作伙伴）作为最重要的企业资源，通过完善的客户服务和深入的客户分析来满足客户需求，保证实现客户的终生价值。

| | | |
|-------|-------------|-----|
| 工具 01 | 服务利润链 | 504 |
| 工具 02 | 服务金三角 | 506 |

| | | |
|-------------------|-------------------|------------|
| 工具 03 | 价值曲线评价法 | 510 |
| 工具 04 | 客户忠诚矩阵 | 512 |
| 工具 05 | 满意镜 | 514 |
| 工具 06 | IANA 过程 | 518 |
| 工具 07 | RATER 指数 | 519 |
| 工具 08 | SERVQUAL 模型 | 520 |
| 工具 09 | 抱怨冰山 | 524 |
| 工具 10 | 服务质量差距模型 | 527 |
| 参考文献 | | 531 |



光盘目录

第一章 战略规划

- | | |
|---------------------|-------------------|
| 文件 001：公司战略规划管理制度 | 文件 004：年度方针目标管理制度 |
| 文件 002：集团战略管理办法 | 文件 005：战略规划书标准模板 |
| 文件 003：公司战略规划工作管理规定 | 文件 006：战略规划书简易模板 |

第二章 领导与组织

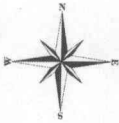
- | | |
|---------------------|----------------------|
| 文件 001：组织管理制度 | 文件 004：集团设岗定编管理办法 |
| 文件 002：子公司组织机构设置方案 | 文件 005：定岗定编和岗位定员管理办法 |
| 文件 003：____公司编制管理办法 | |

第三章 危机管理

- | | |
|---------------------------|---------------------------------|
| 文件 001：危机管理办法 | 文件 009：危机事件处理结果评估报告 |
| 文件 002：新闻危机应急预案 | 文件 010：网络与信息安全事件应急报告表 |
| 文件 003：重大突发（危机）事件新闻发布管理办法 | 文件 011：网络与信息安全事件应急处理结果报告表 |
| 文件 004：危机公关管理办法 | 文件 012：网络与信息安全专家工作组成员名单及联系电话登记表 |
| 文件 005：危机事件内容分类表 | 文件 013：应急启动令 |
| 文件 006：危机事件通报及处理表 | 文件 014：应急终止令 |
| 文件 007：危机处理过程记录表 | 文件 015：____信息管理人员联系表 |
| 文件 008：危机事件管理总结报告 | |

第四章 创新管理

- | | |
|---------------------|--------------------|
| 文件 001：创新流程管理办法 | 文件 003：管理类创新激励管理办法 |
| 文件 002：管理创新成果奖励管理办法 | 文件 004：技术创新项目管理办法 |



世界500强企业 管理层最钟爱的管理工具

文件 005: 科学技术进步奖励办法

文件 006: 科学技术进步奖励办法实施细则

文件 007: 激励创新实施办法

文件 008: 激励创新办法实施细则

文件 009: 科技进步及创新成果奖集中申报、
评审办法

文件 010: 创新建议书

文件 011: 创新工作法申报表

文件 012: 管理类创新项目申报表

文件 013: 管理类创新项目总结报告

文件 014: 管理类创新项目评价表

文件 015: ____科技项目创新研究报告

文件 016: 科技进步及创新成果评审申请表

文件 017: 管理创新成果申报评审单

文件 018: 管理创新成果奖励兑现明细表

第五章 管理体系

文件 001: 企业知识产权管理手册

文件 002: 全面质量管理推行方案

文件 003: 流程管理手册

文件 004: 经营目标管理考核办法

文件 005: 企业标杆管理办法

第六章 人力资源管理

文件 001: 某企业的核心素质词典

文件 002: 摩托罗拉的领导力模型

文件 003: GE 领导力模型

文件 004: 宝洁领导力模型

文件 005: IBM 领导力模型

文件 006: 无领导小组讨论样题

文件 007: 360 度反馈评价调查问卷 (适用于
经理级以上岗位)

文件 008: 360 度反馈评价调查问卷 (适用于

经理级以下岗位)

文件 009: 某企业中层管理人员能力素质 360
度评估表

文件 010: 平衡计分卡管理办法

文件 011: 员工个人绩效承诺书

文件 012: 部门年度绩效承诺书

文件 013: 核心人才资源池管理办法

文件 014: 接班人计划实施办法

第七章 市场营销管理

文件 001: 市场调查管理制度

文件 002: 加盟店管理制度

文件 003: 直营店发展管理办法

文件 004: 网络销售管理规定

文件 005: 产品定价管理办法

文件 006: 产品生命周期管理办法