第一图书网, tushu007.com

<<漏洞管理>>

图书基本信息

书名：<<漏洞管理>>

13位ISBN编号：9787501782246

10位ISBN编号：7501782245

出版时间：2007-10

出版时间：中国经济出版社

作者：周阳敏,李毛

页数：276

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《漏洞管理》从案例出发，说明了企业生产、营销、财务、人事、品牌及战略等方面管理漏洞产生的原因，分析了上述管理漏洞的表现形式及防止这些管理漏洞产生的方法与途径。

全书共九章，第一章：导论：管理漏洞与漏洞管理；第二章：战略漏洞管理；第三章：营销管理漏洞；第四章：生产管理漏洞；第五章：财务管理漏洞；第六章：人事管理漏洞；第七章：品牌管理漏洞；第八章：合同管理漏洞；第九章：跨国管理漏洞。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

周阳敏，重庆市人，1971年生，工学学士、管理学硕士、经济学博士，2004年2月毕业于浙江大学，郑州阳民管理策划有限公司董事长，《中国反垄断网》主编：国民经济学、西方经济学、劳动经济学和企业管理（含MBA）硕士研究生导师。

主要从事新制度经济学、产业经济学、国际经济学、企业管理理论与实务（包括企业咨询、企业培训、企业战略与企业策划）等，在《经济学季刊》、《经济学动态》、《经济理论与经济管理》、《中国改革》等发表学术论文20多篇，受邀在《环报》、《糖烟酒周刊》、《东方财经周刊》、《烟草市场通讯》等开辟专栏，发表专栏文章 50多篇。

<<漏洞管理>>

书籍目录

第一章 导论：管理漏洞与漏洞管理第一节 管理漏洞与漏洞管理的基本概念第二节 爆炸事件责任追踪第三节 漏洞剖析：企业管理失误追踪第四节 漏洞的普遍性、广泛性、递延性第二章 战略管理漏洞第一节 托普之死第二节 监管漏洞抑或战略漏洞第三节 民营企业战略缺乏与冒进第四节 战略漏洞的多种状态与现象第五节 战略漏洞管理的策略第六节 战略漏洞管理的方法、步骤与实施第三章 营销管理漏洞第一节 三株陨落：营销管理漏洞之痛第二节 打破营销管理实务黑箱第三节 售前管理漏洞第四节 分销管理漏洞第五节 价格管理漏洞第六节 公共关系管理漏洞第七节 售后管理漏洞第四章 生产管理漏洞第一节 大灾难：吉林石化公司双苯厂连环爆炸事件第二节 生产管理流程与生产管理漏洞第三节 产品质量与生产管理漏洞第四节 安全生产与生产管理漏洞第五节 生产管理中的设备管理与库存管理第五章 财务管理漏洞第一节 某集团财务巨贪与挪用事件第二节 贪污、受贿与财务管理漏洞第三节 国有企业的行政色彩与财务漏洞第四节 审计监察制度与财务漏洞管理第五节 往来款项管理与财务漏洞第六节 特派员制度能解决财务漏洞吗第七节 财务信息化、网络化、计算机化与财务漏洞第六章 人事管理漏洞第一节 被骗子发现的人事管理漏洞第二节 人事管理漏洞的各类表现第三节 宏观结构：人事管理漏洞第四节 微观结构：人事管理漏洞第七章 品牌管理漏洞第一节 国美品牌管理漏洞与虚假繁荣第二节 国美品牌漏洞的“ 价值 ”与“ 泛化 ”第三节 中国企业品牌被抢注的“ 漏洞 ”与管理意识第四节 品牌经营中的管理漏洞第五节 国有企业品牌管理的漏洞及程序化第六节 民营企业品牌管理漏洞表现第七节 品牌漏洞管理的一般技巧和方法第八章 合同管理漏洞第一节 电子生产企业被骗合同的漏洞与启示第二节 合同漏洞的分类与表现形式第三节 合同管理漏洞与责任制第四节 合同管理漏洞与法律漏洞第五节 合同管理漏洞、道德漏洞与道德“ 管理 ”第六节 合同公证与漏洞风险转移第九章 跨国管理漏洞第一节 1000亿美元的警示：跨国管理漏洞的寓言第二节 跨国经营漏洞：中航油破产第三节 跨国并购漏洞：联想坎坷前行第四节 跨国扩张漏洞：葛洲坝集团海外扩展启示第五节 跨国投资漏洞：海尔走出去的失败与成功第六节 跨国管理漏洞的表现形式第七节 跨国管理漏洞与漏洞管理的基本方法后记

章节摘录

二、当前企业战略管理漏洞的状态和现象有人作过统计，我国90%的企业没有制定战略规划，没有较系统的行业预测及发展前景、发展方向分析，这种现象使得我国企业的持续发展速度没有保障发展目标也不明确。
尽管我国企业多年来在生产管理、质量管理、劳动管理、资产管理等方面取得了一定成绩，但大多数企业仍普遍存在诸如：缺乏战略规划、缺少可行性分析、缺乏理财意识、短期化行为严重等倾向(申永丰，2005)。
自上世纪90年代中期，企业战略管理开始被引入我国企业界，它对提高企业总体管理水平和对外部环境的适应性有着重要意义。
因为战略管理是一种整合性的管理，它体现了系统工程的思想，强调了企业研发、生产、营销、人力资源配置等管理职能的协调一致和有机结合，从而使企业从整体和全局的角度对企业生存与发展大计作决策，以期获得企业近期和长远的最佳效益。
但是当前企业战略管理中存在着许多的漏洞，这些战略漏洞主要表现如下。
(一)重局部而轻整体，系统整合性差。
企业战略是一个完整和系统的体系，它由公司战略、经营单位战略和职能战略三部分组成。
公司战略又称总体战略，作为企业最高层次的战略，它需要根据企业的目标，选择企业可以施展竞争的经营领域，合理配置企业经营所必需的资源，使各项经营业务相互支持、相互协调。
经营单位战略作为公司的二级战略，又被称为竞争战略或事业部、子公司战略，经营单位战略涉及各业务单位的主管及辅助人员。
这些经理人员的主要任务是将公司战略所包括的企业目标、发展方向和措施具体化，形成本业务单位具体的竞争与经营战略，如推出新产品或服务、建立研究与开发设施等。
职能战略，又称职能层战略，主要涉及企业内各职能部门，如营销、财务和生产等，其目的是提高组织效率和资源配置能力。
这三个层次的战略有机结合、紧密联系，构成了一个完整的企业战略体系，这是现代企业战略管理区别于传统职能管理的优势所在，企业战略管理正是靠着这一整合性特征能动地处理涉及企业整体和全局的管理问题，以求管理工作达到整体最优的水平。
从以上可以看出，企业的战略具有很明显的全局性，它所管理的是企业的总体活动，所追求的是企业的总体效果。
虽然这种管理也包括企业的局部活动，但是这些局部活动是作为总体活动的有机组成部分在战略管理中出现的。
具体地说，战略管理不是强调企业某一事业部或某一职能部门的重要性，而是通过制定企业的使命、目标和战略来协调企业各部门的活动，这样也就使战略管理具有综合性和系统性的特点。
而在当前多数企业的战略实践中，却普遍存在着企业战略整合性和协调性差的问题，突出表现在由于门户之见严重相互扯皮推诿、协调难度大，造成企业高层管理者不得不花费大量精力协调各方关系，造成战略管理的不和谐以至失调，严重影响管理效果。
(二)战略选择失误。
1．过度的低成本战略。
实施低成本战略的原因在于形成进入障碍、增强讨价还价能力、降低替代品的威胁、保持领先的竞争地位。
然而，企业在竞争的压力下，会造成过度低成本，使企业陷入低成本的陷阱。
2．差异化战略缺乏差异。
企业力求就顾客广泛重视的一些方面在产业内独树一帜、标新立异，它选择被产业内许多客户视为重要的一种或多种特质，并为其选择一种独特的地位来满足客户的要求，以此来构建企业在行业内的竞争优势。
但是很可能会出现实施差异化的企业对购买者需求特点缺少准确的把握；企业的差别化缺乏独特的来源，未能形成差别化；企业过度差别化，形成差别的成本过高，以至战略失败。

3. 多元化战略的失误。
对一些企业来说，多元化可能使企业营运费用加大而抵消外部经济的协调效应；在企业的各个发展领域难以得到充足资源的持续支持，难以在各个领域形成竞争优势；在多元化选择中出现产业选择或进入时机选择失误等。
(三)战略只会照搬仿效，缺少企业自身特色。
企业战略是企业为谋求和维持竞争优势以求长期生存和发展，在对外部机会与威胁和内部优势与劣势分析的基础上，对企业主要发展目标、达到目标的途径与手段所进行的总体规划。
不同行业的企业、同一行业的不同企业、同一企业的不同发展时期因其内外环境的差异，企业战略也必然不同。
所以企业战略必须针对自己的实际内部和外部环境而制定，简单地照抄照搬，未能根据自身的内部条件和外部环境制定适合于自身的战略，盲目跟着潮流走，必定注定企业战略的失败。
(四)组织结构与战略不符，战略实施缺乏有效支撑。
要有效地实施战略，必须建立适合于所选战略的组织结构。
否则，不适合的组织结构会妨碍战略的实施，使战略达不到预期的目标，影响企业的绩效。
所以，企业的组织机构是实施战略的重要手段，一个企业要有效地运营必须将战略与组织结构相联系。
企业组织结构与企业战略之间的关系是前者服从于后者，企业战略的改革会导致组织结构的改变，两者变化的时间特征表现为战略的前导性与组织结构的滞后性，战略的前导性是指战略的变化要快于组织结构的变化，这是由于企业内部环境提供了新的发展机会时，战略就会作出相应反应；组织结构的滞后性是指组织结构的变化慢于战略的改变，原因在于组织结构的惯性使新旧结构的交替需要一个时间过程。
而在国内企业中，这却经常被忽视，许多企业在企业环境、经营领域、经营目标、竞争战略、市场范围发生变化，新的战略制定出来后，仍沿用旧有的职权和沟通渠道去管理新的经营活动，总认为原来的组织结构不需要改变。
正确的做法应该是，当开始实施新战略时，要正确认识组织结构有一定的反应滞后的特性，在组织结构变革上不能操之过急，但又要尽量努力来缩短组织结构的滞后时间，使组织结构尽快变革。
(五)战略实施过程中，缺乏对偏差的有效控制。
战略管理的基本假设是所选定的战略能够实现企业的目标。
然而在战略实施过程中，一方面企业中每个人会由于缺乏必要的能力、认识和信息，对所要做的工作不甚了解，或不知道如何做得更好，从而出现行为上的偏差；另一方面，由于原来战略计划制定的不当或环境的发展与原来的预测不同，造成战略计划的局部或整体已不符合企业的内外条件。
因此，一个完整的战略管理过程就必须具有战略控制，以保证实际的成果符合预先制定的目标要求，它是企业战略管理过程的关键环节。
动态竞争是以高强度和高速度竞争为特点的，任何企业的竞争优势都是相对的、暂时的，若要长期保持竞争优势，就必须时刻关注环境变化。
并在实施过程中及时调整企业战略目标和竞争战略。
而我们相当一部分企业还缺少动态竞争条件下的战略思维，战略的应变能力不够，特别是一些曾经成功的企业迷恋于自己的过去，或者用静止的观点来看待战略，导致企业不能适应外部环境的变化，企业一时的强势不能成功地转化为可持续的竞争优势，在市场竞争中难免处于弱势。
总之，战略管理是企业保持发展的法宝，企业要进一步提高对战略研究和战略管理重要性的认识。
战略管理是市场经济条件下最重要的企业管理。
在日趋激烈的市场竞争中，在经济全球化进程加速发展的大背景下，没有明晰、正确的发展战略，缺乏长远谋划的企业是很难站得住、走得远的，企业战略漏洞对于企业的生存、发展更是致命性的。

后记

本书是我们在2006年11月23日从武汉返回平顶山途中，共同讨论的结晶。
一路上，尽管豆大的雨点敲打着本不太厚实的皇冠车车窗，但这丝毫没有影响我们的思绪，我们忘却了疲倦，甚至越谈越兴奋，恨不得马上成书，无奈寒假杂事繁多，于是一直拖到了春暖花开。
今天终于向读者交卷了，我们深深地知道，这依然还存在着诸多的问题，但我们相信，通过我们辛勤的劳作，《漏洞管理》一定能够帮助读者了解您在管理之中的漏洞，也能帮助您并协助您处理好您在管理之中的漏洞，如果它能陪伴在您的左右，我们的汗水就没有白流，同时，诚恳地邀请读者朋友对我们提出最严厉的批评和建议，我们在第二次出版时，一定按照你们的意见修改我们的稿子。
同时，由于本书篇幅限制，我们把本来属于本书的“ 漏洞管理实例专题 ”很遗憾地删除了，但我们拟订在合适的时机，将重新扩充、改写并单独出版。
在此，要特别感谢为本书收集资料、整理资料、按照我们的思想而整理文字稿的我所带的研究生李艳、张磊、李思奇同学，本书也浸透了他(她)们的汗水和辛劳！
在此一并表示感谢！
！
作者于2m7年5月7日下午14:30

编辑推荐

《漏洞管理》由中国经济出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com