

管理知识：管理学最新知识大全五 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/202/2021_2022__E7_AE_A1_E7_90_86_E7_9F_A5_E8_c37_202072.htm

21.高绩效组织High Performance Organization 高绩效组织（High Performance Organization），意即对比于传统组织的组织，经过管理学者的归纳，相对于传统组织而言，高绩效组织通常更具有下列的倾向：技术创新与冒险，重视学习，设计工作去要求许多技能，组织跨部门团队，以援助者与训练者的角色来代替管理者的角色，能够为员工的表现提供回馈，只有极少的管理阶层，让每一位成员都接近客户，能够提升应变力与平衡力，能够支付与表现相称的酬劳，将企业有关的信息与全体员工共享，规划信息系统以支持团队工作，做到社会面与技术面的平衡。高绩效团队通常是由工作团队、改善团队和整合团队组合建立起来的。高绩效组织中的成员会接管传统管理者与监督者的工作与职责，因此，通常也要接受技术技能、行政技能、人际技能、决策和问题解决技能的训练。此外，高绩效组织还须重新设计工作、薪酬系统、信息系统，并使每个人的绩效目标与组织的使命策略结合在一起。

22.企业流程再造Business Process Re-engineering 企业流程再造（BPR，Business Process Re-engineering），系指「由组织过程重新出发，从根本思考每一个活动的价值贡献，然后运用现代的信息科技，将人力及工作过程彻底改变及重新架构组织内各间关系」。在管理学上，企业流程再造系将在一九八 年代出现的各种 Reconstruction、Restructuring等思路和方法，与信息技术结合起来，并在Michael Hammer 和 James Champy于一九九

三年出版的经典性的著作「Reengineering the Corporation」中，予以系统性地整合与发展。该书强调，企业流程再造应包括四个要素：根本（Fundamental）、彻底（Radical）、显著（Dramatic）和流程（Process）。企业流程再造的原则为：整合工作流程、由员工下决定、同步进行工作、流程的多样化、打破部门界限、减少监督审核、减少扩充协调、提供单点接触、集权分权并存。其特征为：一、在崭新的信息技术支持下，以流程为中心，大幅度地改善管理流程。二、放弃陈旧的管理做法和程序。三、评估管理流程的所有要素对于核心任务而言是否重要。专注于流程和结果，不注重组织功能。在方法上以结果为导向、以小组为基础、注重顾客，要求严格衡量绩效，详细分析绩效评估的变化。

23. 六个标准差 Six Sigma 六个标准差（Six Sigma），意即实际上消除企业在每一项产品、制程、以及互动方面的误差，以接近其品质目标标准之品质顶尖水准程度，并减少「不良品质成本」（Cost of Poor Quality）、缩短交期（Cycle Time Reduction）、增进顾客满意度的管理过程和企业衡量。摩托罗拉公司在一九八十年代后期到一九九十年代中期，首先推动「六个标准差」行动。基本上，「六个标准差」采取预防导向的问题解决法、强调主动性的行为、基于资料而做决定、采取长程的规划、将人力视为资产而非成本，并且强调团队的授权与标杆学习。实施「六个标准差」的公司，能够一致地将产程的误差率控制在百万分之三点四以下，成为接近完美品质的标准。「六个标准差」的实施，第一步为成立小组，再由小组负责以六个标准差品质水准为目标的计划。每一小组须遵循「M-A-I-C」的四个步骤：M即「评量」（Measure），A即

「分析」(Analyse)，I即「改善」(Improve)，C即「控制」(Control)。此外，为了推动「六个标准差」，选需要设计「战士层级」(Warrior Class)，使员工接受「六个标准差」所要求的统计训练，通常这些层级以空手道的技能高低来命名，以奇异公司为例，包括：黑带高手(Master Black Belts)、黑带(Black Belts)、绿带(Green Belts)等。

24.消费者教育customer education (ED) 消费者教育就是通过一定的手段，将公司、产品、服务、政策、策略等期望消费者了解的信息传播给消费者，并获得认同的过程。它的好处就是可以创造忠诚客户并使新产品(服务)得到比较大的投资回报。但是在操作过程中一定要注意研究和战术的运用。一定不能将它与广告、促销或公关活动混为一谈！详细的论证和举例过程将在公司专业文章中体现。

25.支持性价格(SUPPORT PRICE) 支持性价格我们也可以将其称呼为维持性价格，我们不难从其英文演绎中了解其核心含义SUPPORT PRICE. so, how do you support your price? (你如何支持产品的价格呢?) 我们不要在市场上出现价格竞争的时候，首先想到降低产品价格。我们应该首先分析产生价格波动的根本原因，然后将支持我们的产品价格的有利因素进行重要性排序，通过关键因素分析法来加强我们稳定价格的支撑力!!! 为了启发读者，我们提供一些常见的支撑手段：1、非直接降价性促销；2、经销商关系处理；3、公共关系活动；4、品牌建设；5、行业联合行动；6、新产品研发与替代；7、增加服务投资；8、一线员工训练；在你们决定降价前，请各位多想一想：how can i support my price? !!! 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com