

《企业管理》 实训指导书

(2018 年)

目 录

第一部分 概述	
实训课程定位与目标·····	3
实训方法及其原则 ·····	4
实训时间安排 ·····	4
第二部分 实训内容	
第一章 企业概述·····	6
第二章 企业管理基础 ·····	10
第三章 企业战略管理 ·····	26
第四章 营销管理 ·····	28
第五章 生产运作管理 ·····	32
第六章 企业质量管理 ·····	35
第七章 企业人力资源管理 ·····	38
第八章 财务管理 ·····	42
第九章 企业文化 ·····	51

第一部分 概述

一、实训课程定位与目标

（一）《现代企业管理》实训课程定位。本实训课程是培养企业管理技能的训练系统。本实训课程可作独立的实训单独进行，还可以与其他教材配合使用。

（二）教学理念。以学生为中心，以创新为灵魂，以培养心智技能为重点。以参与式、亲验式、模拟式训练为基本方式。

（三）《现代企业管理学》实训课程能力培养目标。以能力培养为本位，形成了“一二三四”课程特色：即课程目标定位上树立一个理念：培养应用型基层管理岗位人才，突出中国式应用；教学内容安排上强化二个基础：现代企业管理基础知识、企业管理基本思想；教学方法上运用三个教学方法：课堂教学、模拟实践、团队学习；学生要求上培养四个能力要素：知识、技能、态度、素质。

本课程建立三级能力目标体系：

一级目标

本课程建立三级能力目标体系：

一级目标为培养基层企业管理岗位的综合管理技能；

二级目标为四大关键能力，即企业计划与决策的能力、组织与人事的能力、营销与财务的能力和企业变革与创新能力；

三级目标为经进一步分解的八具体技能

通过教学与实训，培养学生们的具体管理技能。按照培养基层管理岗位的综合管理技能的总目标分解，通过实训，主要培养下述能力：

- 1、培养配置资源，学会预测和制定计划的能力；
- 2、培养分析问题、科学决策的能力；
- 3、培养分析环境，制定战略的能力；
- 4、培养有效激励，合理配备人员的能力；
- 5、培养与他人沟通和企业营销的能力；
- 6、培养对生产工作及其流程有效控制的能力；

- 7、培养企业财务管理和质量管理能力；
- 8、培养企业文化构建和企业变革与创新的能力

（四）实践教学内容

实践教学的内容主要包括两大方面：一是进行各种以体验与加深现代企业管理理论的理解为目的的实践活动；二是各种培养学生的实际企业管理技能的实践活动。实训项目根据专业与课时的多少，自主选择与组合训练项目。

（五）实训方式与方法

1、模拟公司系列实训。结合着课程的进程，经过组建模拟公司，模拟企业的一个管理循环，使学生对实际管理过程有更深的体验。

2、素质拓展。素质拓展训练是一种以提高心理素质为主要目的，兼具体能和实践的综合素质教育，它以运动为依托，以培训为方式，以感悟为目的。拓展训练能使青少年学生激发个人潜能，培养乐观的心态和坚强的意志，提高沟通交流的主动性和技巧性，树立相互配合、相互支持的团队精神，极大增强[合作意识](#)，从而达到提高学生心理素质的目的。本实训中所涉及的拓展方式主要包括情景模拟、角色扮演、管理游戏等。

3、专题研讨。一般是针对一个特定的管理问题，事先进行较为充分的准备；然后，由学生们集聚在一起，在轻松的氛围中进行畅谈，相互启发，也可以争论，形成相同或不同的思路；并于事后形成文字材料。

4、调查与访问。配合教学内容，组织学生深入社会，对企事业单位进行调查。有条件时，直接访问企业家。

5、岗位见习。有计划的安排学生轮流到共建企业的生产现场担任助理，在管理者的直接指导下亲自体验并处理管理工作。

6、校园体验。通过所学的管理知识，结合学生自己的生活实际，把发生在身边的现象用现代企业管理知识参加以分析与解决。

7、网络冲浪。根据教学进度需要，引导学生登陆有关网站，了解现实企业状况，搜集最新信息，学习最新管理知识，思考与分析现实管理问题。

二、实训方法及其原则

（一）改革教学方法的原则与实训体系

- 1、改革教学方法的原则。以调动学生积极性为核心，以参与和体验为基本方式，以

模拟实践教学为主线，建立多渠道、获取式大教学系统。

2、构建能力单元式实训体系。实行强化能力培养的单元式实训。在确立企业管理课程能力培养目标体系的基础上，通过能力分解，构建若干个能力培养训练单元，即每一章实训分四个部分，第一部分是实训与指导，第二部分是参观走访，第三部分是辩论，第四部分是问题讨论。

三、实训时间安排

本实训课程有三种时间运用模式，要根据课程目标灵活选择。

1、全程实训模式。即将实训作为一门独立的实训课来开设，建议 60 课时。当然，仍需要在课外完成大量作业。

2、对等课时模式。即在课程中，一半时间用于理论课时，另一半课时用于实训，进行本实训教材主要项目的训练。建议 10-18 课时。其余项目在课外进行。

3、辅助实训模式。即在管理学课程中只用三分之一的时间进行实训，建议 10-18 课时。只有重点项目在课内进行，其余项目在课外进行。

第二部分 实训内容

第一章 企业管理概述

一、实训与指导

训练项目一：模拟公司系列实训之一——组建模拟公司

【实训目标】

1. 培养学生初步运用现代企业管理基础知识建立现代企业管理架构的能力；
2. 培养和掌握现代企业管理者所担负的角色和所需要的技能；
3. 培养良好识别现代企业组织结构和现代企业制度的能力；

【实训内容与要求】

1. 组建模拟公司（先不考虑具体项目,先选出合适人选作为发起人）
2. 把全班分成 6-8 人一组，每小组选择 1-2 个代表进行总经理竞选。
3. 各模拟公司进行总经理竞聘，先组织集中公开演讲，演讲内容要切合本章理论与实践知识，突出竞聘目标思路。然后参照选举程序，全体成员投票选举产生总经理。
4. 在竞聘演讲的基础上，组织一次学习与交流活动。引导学生之间相互学习，取长补短。

【成果与检测】

1. 投票选出公司总经理，完成模拟公司的初步组建；
2. 每位同学上交一份总经理竞聘演讲稿或提纲；
3. 由教师和学生对各公司组建情况进行评估打分。

训练项目二：企业管理调研：企业管理及其系统

【实训目标】

1. 加深对现代企业管理概念的感性理解;
2. 结合实际, 认知现代企业管理系统特别是现代企业组织结构和现代企业制度的构成。

【实训内容与方法】

1. 选择你身边一个熟悉的企业、单位, 或一名企业管理者, 也可在网上查找。
2. 结合其实际, 对其企业管理内容与过程进行概括, 为其下“定义”。
3. 分析并指出其现代企业管理系统的构成。

【标准与评估】

1. 标准: 能够对现代企业管理内容与过程进行较为恰当的概括, 能够正确分析企业管理系统的构成。
2. 评估: (1)每个人写出一份简要材料, 作为一次作业; (2)可在班级组织交流, 依每个人的表现进行评估。

二、参观走访

【走访对象】

与企业家对话—现代企业管理的重要性

【实训目标】

1. 与现代企业家双向交流
2. 了解企业管理的重要性

【实训内容与要求】

1. 通过对话交流使学生与企业家真诚交流, 对企业管理的概念和重要性有大概的了解。对企业家应具有的素质和人格魅力有初步认识, 知道企业管理理论在社会生产实践中的大量应用。

2. 学生提问的主要问题可参考如下：

- (1) 你是如何管理你的企业的？
- (2) 你在管理中遇到的主要困难有哪些？
- (3) 什么是最重要的企业管理学知识？
- (4) 你的企业最需要那种类型的人才？

3. 以采访的形式或直接对话（有条件的可在课堂上进行），并录制采访录音和录像保存起来。

【成果与检测】

- 1. 针对不同的企业家，大家组织讨论并写下自己的感想。
- 2. 根据每个同学在对话中的表现和课后书面材料进行评估。

三、辩论

【题目】

高层管理者是企业管理的主角

【实训目的】

了解掌握管理者与企业管理的关系与原理，使学生初步感知企业管理者角色。

【实训内容】

- (1) 论述企业管理者的基本概念和角色
- (2) 论述企业管理理论的基本内容与应用。

【方法与要领】

- (1) 将全班同学分成正方与反方若干小组（限 5 人一组）进行辩论。
- (2) 正方坚持“高层管理者是企业管理的主角”立场论述。
- (3) 反方联系企业管理、企业管理者基本理论，举例说明确立企业管理者的角色类型，界定企业管理职能等论点反驳正方观点。
- (4) 正反双方在辩论中，既要回答对方的提问，也要向对方提出疑难问题，要求答辩。

(5) 正反双方举例鲜明生动，并形成书面辩论资料，呈报老师或评委。

【成绩测评】

由教师或邀请企业管理方面专家负责评判辩论结果。

四、问题讨论

【问题】

- (1) 怎样运用企业管理学知识指导企业管理实践？
- (2) 如何使自己日后成为一个合格的企业管理者？
- (3) 企业做大后：老板如何定位自己的角色？

第二章 企业管理基础

一、实训与指导

训练项目一：模拟公司系列实训之二——市场调查预测和立项决策

【实训目标】

- 1、培养通过头脑风暴法进行决策的能力；
- 2、进行市场调查形成创业项目。了解市场调查和研究的程序和步骤，掌握市场调研的方法和问卷设计的技巧以及市场信息的收集技巧和分析方法；
- 3、培养市场调查和可行性报告的写作能力

【实训内容与要求】

1、各模拟公司成员利用头脑风暴法提出各种创业项目,经各模拟公司共同表决形成一个创业项目。

2、对形成的创业项目进行市场调查和可行性进行分析

(1) 分组: 确定参加调查的人数; 确定每组人员数, 组员数一般 3 人左右为宜(各组内成员的爱好最好相似); 确定每组的组长。

(2) 写出市场调查报告

(3) 写出可行性分析报告

【成果与检测】

1、各模拟公司提交一个创业项目

2、各模拟公司对创业项目进行调查,提交一份市场调查报告

3、各模拟公司提交一份项目可行性报告

4、考核每个人所取得资料的典型性,分 A、B、C、D 四个等级评定。

附录:

大学生自帮餐厅调查方案

一、调查主题

学院大学生校外饮食消费需求和供应状况调查及市场前景预测。

我们将根据学院的现状,首先针对学生饮食市场进行市场调查,依据获得的第一手资料进行分类,再对归类的信息进行分析,最后得出调查结果。

二、背景环境

随着广东工贸的进一步扩招，工贸现有学生已经突破1万人大关，可是食堂仅有2个，实在是少啊。很多学生要吃一顿饭，甚至要等上半个小时。因此，就有一部分的学生选择去校外的餐厅就餐，这就为我们开办学生餐厅提供顾客来源。有着源源不断的学生顾客，相信我们的餐厅会经营的很好！

三、调查内容

(1) 工贸学院周边主要集中区域和经营现状、发展趋势。

(2) 餐厅利润调查。

(3) 大学生好感度高的菜肴品种。

(4) 大学生所认同的进餐环境。

(5) 受一般大学生的青睐的餐厅服务氛围。

(6) 酒水消费在总消费中所占的比重。

(7) 餐厅附近的同业竞争对手的市场定位。

四、确定调查目标

学院是中国大学的一个代表，市场调查应以环境调查为中心，在了解学院周围餐饮业面临的新政策和发展的新趋势的情况下，达到了解学院餐饮业需求状况（消费心理、基本情况、饮食观点等）、掌握中山学院周围餐饮业供应状况（竞争状态、销售努力等）、把握、为我们开办大学生自助餐厅提供有价值的参考资料。

五、调查方法及调查单位确定原则

观察法、抽样调查、访问法、问卷调查、采用二手资料

高校餐饮业将面临的政策：二手资料（相关政策调整）、访问法

大学生消费（消费者环境）：抽样调查（100份问卷，抽样率大约为1%）生源、性别、年级比例调查（二手资料）——→抽样：注意各地区生源、性别、年级比例。

行业竞争状况和利润空间（供应者环境）：观察法、非随机抽样的重点调查（在消费者调查基础上确定调查单位）和抽样调查相结合（50份问卷，抽样率大约为40%）

六、调查资料整理和分析方法

1、定量分析和定性分析相结合

2、实地调查结果分析和二手资料研究相结合

3、因子分析和结合分析等多种分析方法相结合

七、调查步骤和时间安排

第一阶段：总体方案论证、初步设计出两式调查问卷（调查项目）

第二阶段：收集一些必需的二手资料

第三阶段：确定调查项目、完成问卷修改和制作

第四阶段：收集二手资料、实地调查

第五阶段：统计调查资料、分析调查结果、撰写调查报告

八、资金预算及项目安排

调查问卷设计与制作：（100份+50份）

交通费用及其他费用：

调查报告撰写打印费用：

九、小组成员确定和工作安排

小组人数：6人

分工合作：

制订总体方案：1人；

调查项目、调查问卷的设计、修改和制作：2人负责，全部参与；

收集必需的二手资料：3人；

实地调查：1人，其中供应状况1人；

统计调查资料：2人；

分析调查结果、撰写调查报告：2人

十、分析及调查结果

通过调查，我们将获得的大量统计数据样本进行资料整理。采用统计学的方法，利用 Excel 工作表格，对调查表进行统计处理。对大学生餐饮市场得出综合、客观的调查结果，进而以此为依据，对大学生餐厅的经营进行探测性研究。根据地段、定位、价格、环境、服务、广告、营销、财务控制等因素得出分析结果和市场调查报告。

范例：

创业从我们开始 利润由我们创造

——大学生自助餐厅调查报告

一、摘要：

随着高校的大规模扩招，各高校学生数量大幅度增长，人均生活空间日益降低、传统的大学食堂已不能满足大学生餐饮需要，所以我们选择开办大学生自助餐厅成为可行之举。通过对当代大学生餐饮业消费需求和供应状况调查及市场前景预测（中山学院市场为例），进一步了解高校周围遍布的快餐店、饮食店的经营情况的可能性，为我们开办大学生自助餐厅提供发展策略借鉴。

二、序言（调查概况）：

背景：随着中山学院的大规模扩招，我院大学生数量大幅度增长，人均生活空间日益降低、我

院的两个食堂已不能满足大学生餐饮需要，使得相当一部分学生选择去校外餐厅就餐，这就为我们开办大学生自助餐厅提供了前提。

目的：市场调查应以环境调查为中心，在了解高校周围餐饮业面临的新政策和发展的新趋势的情况下，达到了解高校周围餐饮业需求状况（消费心理、基本情况、饮食观点等）、掌握高校周围餐饮业供应状况（竞争状态、销售努力等）、把握、为我们开办大学生自助餐厅提供有价值的参考资料。

方法：1、定量分析和定性分析相结合

2、实地调查结果分析和二手资料研究相结合

3、因子分析和结合分析等多种分析方法相结合

三、调查结果统计、比较与分析

（一）市场调查活动总结：

1、10月16日下午，我们市场调查小组统一时间对广东工贸校外饮食市场进行了调查。对消费者的调查，共发出100份问卷，回收98份，其中合格问卷97份；对供应者的调查，共发出25份问卷，回收25份，全部合格。

2、通过对工贸学院餐饮业市场的需求和供应状况进行细致的调查，我们得到了一定价值的数据和资料，初步反映了我们学校的餐饮业现状。如：学生食堂基本上处于垄断地位，而学生对食堂的意见很大，等等。

3、但由于时间较紧，资金有限，许多地方做的不到位，比如在问卷设计后，初步的试调查做的不够好，并没有发现潜在的问题，而等到实地调查后才发现许多地方设计的不合理，但由于时间和资金的原因，我们没有再做一次。在实地调查过程中，也没有对调查方法和调查原则进行很好的控制导致了少数不合格问卷等。但总体上还是有所收获。

（二）广东工贸学院餐饮业市场现状：

消费者环境：

1、消费者就餐时最注重的是什么？

（1）平时：饭菜质量口味是首选，卫生状况、价格次之。天南地北的中国人聚到一起，对于吃菜喝汤，却是一样的要求：质量要上乘，口味要好！

（2）聚餐时：良好的环境氛围、合理的价格、优质的服务就至关重要了，吃的是一种氛围、喝的是一种文化。另外，价格和服务仍然消费者考虑的重要因素，没有这些也就没有聚餐的氛围了。

2、大学生最爱吃什么菜？

在调查结果中，很出人意料的是，消费者最喜欢吃的菜并不是粤菜，而是享有“吃在四川”

的川菜。看来那些本以为广东的学生最多，当然认为大学生最爱吃粤菜的食堂经理和餐馆老板们要改改经营的方针、调整一下主要的菜系才行。

备注：调查的资料是在愿意回答并且正确回答的被调查者中统计的结果，可能不太准确。其他各菜系是指被调查者选择的其他各地风味，如安徽菜、上海菜、山西菜，等等。

3、学生的消费水平：

既然只是消费者，在成为生产者之前，花在饮食上的费用趋于集中。从图表五可以很明显地看出：

(1) 学生花在饮食上的月平均费用大约居于 250 元到 600 元之间；

(2) 而且，意愿消费额与实际消费额大致相当，只有少数同学会有“透支”与“节省”，另外可以看出“透支”的不属于主流消费者。

供应者环境：

1、校内市场竞争者对比：

在我们对供应者调查的过程中发现，所有的供应商都把竞争的矛头指向了食堂，食堂的经理认为别的食堂是他的主要竞争对手，而校外餐馆也一致认为学生食堂是他们最主要的竞争对手。

(1) 四食堂在服务态度、环境氛围略占优势；

(2) 二个食堂（凤翔、龙腾）由于地理位置的特殊性，从饭菜质量到价格到服务再到环境氛围都相差不大，甚至有许多的大学生消费者并不能很好地区分；

2、学生食堂与校外餐馆：

大学生心目中，食堂和校外餐馆各有哪些优势：

(1) 食堂：地理位置是取胜的关键。大学生的生活节奏越来越快，更多的人除了朋友生日之类的聚会，不可能经常性地“跑个老远来照顾校外餐馆的生意”。

(2) 校外餐馆：饭菜口味就成为看家本领，没有太多的优越的地理位置，没有学校的政策支持和帮扶，饭菜口味和服务态度以及价格无疑要成为校外餐馆的脊梁。

(3) 其实，不管你们的环境怎么样，地理环境也好，政策环境也好，消费者最关心的还是能不能有更好的就餐去处，他们关心的是你的质量、价格、服务，等等。

(4) 正由于缺乏一定的优势条件，为了可观的利润，各个餐馆的老板不得不减少雇员降低卫生要求，令人担心的是，校外餐馆的卫生状况已经到了消费者很害怕的地步。而学生食堂就有一套完整的卫生管理制度，如一些食堂提出的“责任到人”制度，不止注重饭菜卫生，而且对桌椅、地面、墙壁和窗户等卫生都做到时刻保持清洁。

3、消费者平均多久去一次校外餐馆就餐？

消费者多久光顾一次你的餐馆？校外餐馆的市场份额不足 5%，学生餐饮在很长一段时间仍然是食堂的天下。

4、忠诚顾客是校外餐馆的生命线。

每个餐馆都有自己的固定顾客，在被调查者中，经常在外就餐（三次以上）的学生有 90%会固定一、二个餐馆就餐，而且校外餐馆的个体户们一般都认为固定的顾客是他们生意的保障。

5、除了“小灶”的好口味，校外餐馆还能提供什么？

在调查中，44%的消费者在朋友聚餐时、朋友生日时都会到校外餐馆就餐，并且真正每天都在校外餐馆就餐的达到 1/25。

6、你们还有哪些做的不够？

（1）食堂：抱怨连天。

对于学生食堂，由于与同学们的日常生活息息相关，学生反应很大，饭菜口味、服务态度最不满意，环境卫生、价格、员工素质都不尽如人意。看来食堂是应该在总体质量控制上动动脑筋了，除了优越的地理位置，消费者找不到更好的东西来形容食堂的优势了。

（2）校外餐馆：卫生状况令人担忧。

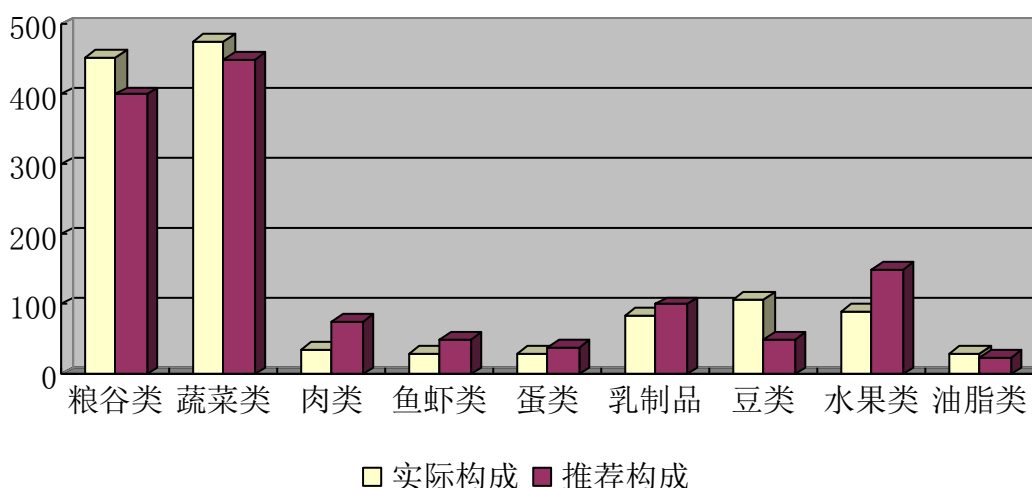
环境卫生成了制约发展的瓶颈，这也是遭后勤处拒于市场之门外的根本原因。在被调查者中居然有 68%的人认为校外餐馆的卫生状况差，这也是广大消费者宁愿放弃可口的饭菜而不选择校外餐馆的一个原因。

后勤社会化，真的所有人都认识到了吗？

1、食堂：对于后勤社会化，食堂感受到的更宽松的环境和更加激烈的竞争，一些资金较雄厚的个体已经承包我校的食堂，一般食堂都更倾向于认为后勤社会化是一个发展的机遇。

2、校外餐馆：更多的个体户认为后勤社会化只是校后勤处抢夺市场的一种手段，而根本没有认识到后勤社会化是高校后勤事业改革的必然趋势。看来学校相关部门还有很多东西需要和这些个体户交流。

四、我院学生膳食结构实际构成与推荐构成的比较 见



五、调查结论

校外餐馆更渴求的是一种市场的放开，是一种政策的保障，而不是一味的竞争排斥。但从学生和学校的利益来看，校外餐馆如果不解决好卫生问题，政府卫生等相关部门是不可能让他们轻易进入这块市场的。看来，我们开办大学生自助餐厅还是有很多工作要做。我们校外餐馆只有针对自己的目标顾客，搞好卫生状况，在竞争激烈的市场空间里获取生存的空间。只有不断提高控制标准，才能在完全意义上地进入高校餐饮业这块诱人的市场。

六、建议措施

“民以食为天”，餐饮业一直是生意人投资的一个重要领域，也正因为此，餐饮行业的竞争也愈演愈烈，如何在竞争中求得生存和发展已成为备受关注的话题。在此，我们提出几个开餐厅的秘籍，希望能对我们有所帮助。

秘笈一：正确而有远见的选址

如何开一家财源滚滚的餐厅，成功者的经验是：在经营之前选择投资的地点是最重要的一步——选择有升值潜力的地段。要是地点选择不当，空有高级的装潢、美味的食物、优雅的气氛，仍吸引不了顾客进门，所谓“民以食为天”，没有“民（顾客）”，不可能经营成功。

秘笈二：以专精俘虏顾客

餐饮业同样面临市场细分，要做到大而全，结果可能“四不像”，餐饮业投资者应考虑建立自己的菜系特色。

秘笈三：不怕点子怪，只怕没点子

餐饮业其实需要相当高明的营销艺术，将最好的构想变为噱头，关键还在于巧妙利用，任何一种新点子的诞生实属不易，要好好利用它，使它产生绝妙的功效。

秘笈四：做好售后服务，积累忠诚顾客

顾客永远是衣食父母，尤其是忠诚顾客，这不仅在于后续消费，更为重要的是他们能为你带来口碑传播，使忠诚顾客的数量越滚越大，市场也就越来越大。

七、结束语

本次调查活动旨在了解新世纪我校大学生的饮食消费状况，以及论证我们开办大学生自助餐厅的可行性。大学生是国家的栋梁之材，是推动社会不断发展进步的主力军。随着世界经济一体化的不断深入，对于我们发展中国家来说是一把双刃剑，我们的创业面面临着重重困难，另一方面又处处充满机遇与挑战。作为大学生，我们当然要抓紧机遇，迎接挑战，推动社会的发展与进步，这是时代赋予我们义不容辞的责任！相信我们开办的大学生自助餐厅能够取得成功！

八、附录一调查问卷

大学生自助餐厅调查问卷

您好，感谢您在百忙之中参加我们组织的这项调查活动，请您准确填写资料。

1、您的籍贯是：_____您比较喜欢的菜系是：_____年级：_____

2、您平时就餐时主要考虑的因素是：（限选三项）：

- ☐ 饮食营养含量 ☐ 价格 ☐ 服务态度
☐ 饭菜质量口味 ☐ 方便/快捷 ☐ 卫生状况
☐ 餐馆或食堂名气 ☐ 软环境(氛围) 其他 _____

3、您认为在以下几个方面，你曾去过的食堂的良好次序是：

饭菜质量口味 _____ 服务态度 _____

饮食环境氛围 _____ 价格合理 _____

4、您认为当前几个学生食堂中普遍存在的不足有（可多选）：

- ☐ 高峰期服务态度差 ☐ 环境卫生不好 ☐ 定价不合理
☐ 口味不能满足要求 ☐ 员工素质低 ☐ 工作效率低

5、您每周平均有几次在校外餐馆或饭店就餐：

☐ 三次以下 ☐ 四至六次 ☐ 七至十次 ☐ 十次以上

6、您在什么时候会到校外餐馆就餐（限选三项）：

- ☐ 周末 ☐ 节假日 ☐ 朋友聚餐
☐ 平时 ☐ 错过就餐时间 ☐ 食堂太拥挤
☐ 朋友生日 ☐ 班集体活动 ☐ 无所谓

7、若到校外就餐，您一般会在哪个餐馆就餐：_____

8、当你和朋友聚餐时最注重的是什么：

- ☐ 良好的环境氛围 ☐ 实惠（价格合理） ☐ 优质的服务
☐ 便利的位置 ☐ 健康的饮食（营养） ☐ 不清楚

9、您认为校外餐馆中普遍存在的不足有：

- ☐ 高峰期服务态度差 ☐ 环境卫生差 ☐ 宣传力度不够
☐ 口味不能满足要求 ☐ 员工素质低 ☐ 工作效率低

10、学生食堂和校外餐馆相比，您认为各自突出的优势是：

学生食堂_____ 校外餐馆_____

A、地理位置 B、学校帮扶 C、方便快捷

D、价格合理 E、服务态度 F、卫生状况

G、饭菜口味 H、就餐环境 I、无优势

11、您认为一个大学生一个月花在饮食上的费用应是（意愿消费额）：_____

A、100元以下 B、101元—150元 C、151元—250元

D、251元—350元 E、351元以上

12、您在刚刚过去的一个月花在饮食上大约用了多少钱（选项同上）：_____

13、在过去的一年里，各食堂或餐馆的下列营销努力那些对您造成积极影响：

- ☐ 赞助学生活动 ☐ 加大卫生监督力度 ☐ 举办饮食活动
☐ 改进饭菜口味 ☐ 提高员工素质 ☐ 改善就餐环境
☐ 扩大业务范围 ☐ 加大宣传力度 其他_____

14. 你是否经常到校外饭店就餐（ ）

A、是 B、有时 C、没有

15、你一般会去什么样的校外饭店就餐（ ）

A、就近 B、印象较好 C、随便

16、你平时进饭店吃饭多数情况下是（ ）

A、独自一人 B、跟朋友一起 C、其它

17、你到饭店一般花费多少（ ）

A、6—10元 B、10—20元 C、20—40元 D、40以上

18、你对一家饭店满意的原因是（ ）

A、舒适的环境 B、美味的食物 C、良好的服务 D、其它

19、你认为应该对饭店的哪个方面给予更好的重视（ ）

A、食物 B、卫生状况 C、服务 D、其它

20、相对而言,你更喜欢什么口味()

A、清淡的 B、油腻的 C、随便

21、你喜欢吃什么菜()

A、粤菜 B、川菜 C、北方小吃 D、其它

22、你认为饭店最必要增加的是什么东西()

A、音乐 B、体育新闻 C、杂志报刊 D、其它

23、对于一家新开的饭店,起初最能吸引你前去的原因是()

A、餐厅的特色食品 B、价格的优惠 C、有促销活动 D、环境的舒适

24、您生活中最常用的餐品是:

☐中餐 ☐西餐 ☐自助餐 ☐快餐

25、在用餐环境中您最注重的是:

☐卫生环境 ☐服务态度 ☐用餐环境 ☐菜肴味道

26、在下列哪种情况下您会选择校外就餐:

☐商务宴请 ☐朋友聚餐 ☐婚宴喜事 ☐日常便餐

27、在用餐中您能接受的酒水价格是

☐5元以下 ☐5-8元 ☐8-15元 ☐15元以上

28、您比较注重川菜中的哪种口味:

☐麻辣 ☐香辣 ☐酸辣 ☐红烧

29、您认为您所满意的大学食堂应该是什么样的,请您用简短的话语给予形容:

30、您对于我们新开餐厅还有什么好的建议:

最后,再次感谢您的参与!

感谢您参与此次调查活动,您给我们留下宝贵的意见。我们将尽量满足您的意愿。

请留下您的姓名和联系电话,届时我们将以抽奖赠餐活动作为对您的回馈。

创业项目可行性报告（提纲）

一、概况

1、申请企业的基本情况*

2、企业负责人、项目合伙人以及项目负责人简况。

3、企业人员及开发能力论述

企业负责人的基本情况、技术专长、创新意识、开拓能力及主要工作业绩。

项目主要合伙人的基本情况、技术专长、创新意识、开拓能力及主要工作业绩。

企业管理层知识结构；企业人员平均年龄；管理、技术开发、生产、销售人员比例；新产品开发情况、技术开发投入额、占企业销售收入比例。

4、简述项目的社会经济意义、目前的进展情况、申请孵化资金的必要性。

二、技术可行性分析

1、项目的技术创新性论述。项目产品的主要技术内容及基础原理。需描述技术路线框图或产品结构图。尽可能说明本项目的技术创新点、创新程度、创新难度，以及需进一步解决的问题，并附上权威机构出示的查新报告和其它相关证明材料，已有产品或样品须附照片或样本。产品的主要技术性能水平与国内外先进水平的比较。

2、本产品知识产权情况介绍。合作开发项目，须说明技术依托单位或合作单位的基本情况，并附上相关的合作开发协议书。

3、技术成熟性和项目产品可靠性论述

技术成熟阶段的论述、有关部门对项目技术成果的技术鉴定情况；本项目产品的技术检测、分析化验的情况；本项目产品在实际使用条件下的可靠性、耐久性、安全性的考核情况等。

三、产品市场调查和需求预测

1、国内外市场调查和预测

本产品的主要用途，目前主要使用行业的需求量，未来市场预测；产品经济寿命期，目前处于寿命期的阶段，开发新用途的可能性。

本产品国内及本地区的主要生产厂家、生产能力、开工率；在建项目和拟开工建设项目的生产能力，预计投产时间。

从产品质量、技术、性能、价格、配件、维修等方面，预测产品替代进口量或出口量的可能性，分析本产品的国内外市场竞争能力；国家对本产品出口及进口国对进口的政策、规定（限制或鼓励）。

分析本产品市场风险的主要因素及防范的主要措施。

3、产品方案、建设规模

产品选择规格、标准及其选择依据。

生产产品的主要设备装置，设备来源，年生产能力等。

四、项目实施方案

1、项目准备

已具备的条件，需要增加的试制生产条件。目前已进行的技术、生产准备情况。

特殊行业许可证报批情况，如国家专卖、专控产品、通讯网络产品、医药产品等许可证报批情况说明。

2、项目总体发展论述

包括项目达到规模生产时所需的时间、投资总额、实现的生产能力、市场占有份额、产品生产成本和总成本估算、预计产品年销售收入、年净利润额、年交税总额、年创汇或替代进口等情况。

五、新增投资估算、资金筹措

1、项目新增固定资产投资估算

应逐项计算，包括新增设备、引进设备等。根据计算结果，编制固定资产投资估算表。

2、资金筹措

按资金来源渠道，分别说明各项资金来源、使用条件。对孵化风险资金部分，需详细说明其用途和数量。利用银行贷款的，要说明贷款落实情况。单位自有资金部分应说明筹集计划和可能。

3、投资使用计划

根据项目实施进度和筹资方式，编制投资使用计划。对孵化风险资金部分，需单独开列明细表说明。

六、经济、社会效益分析

1、项目的风险性及不确定性分析

对项目的风险性及不确定因素进行识别，包括技术风险、人员风险、市场风险、政策风险等。

2、社会效益分析

对提高地区经济发展水平的影响，对合理利用自然资源的影响，对保护环境和生态平衡以及对节能的影响等。

七、项目可行性研究报告编制说明

可行性研究报告编制单位名称、基本情况、负责人、联系电话。

可行性研究报告编制者姓名、年龄、学历、所学专业、职称、工作单位、职务。

打*号的项，未注册企业的自然人可以不填。

附件内容：具体请参照《孵化项目可行性报告附件清单》。

孵化项目可行性报告附件清单

1. 企业法人代表身份证（复印件）*
2. 企业营业执照（复印件）*
3. 上月末财务损益表和资产负债表（复印件）*
4. 大专以上学历人员学历证书（复印件）
5. 项目负责人身份证复印件，原工作单位或居住地提供的身份证明。主要科技人员业绩简介。
6. 能说明项目知识产权归属及授权使用的证明文件(复印件)。
7. 有关权威机构出具的“项目查新报告”和科技成果证明（复印件）。
8. 主要产品(或服务)的优势和市场需求状况。
9. 与项目和企业有关的其它证明材料（复印件）。

训练项目二：活动策划

【实训目标】

- 1.培养创新能力与策划能力；
- 2.掌握实际编制企业计划的方法。

【实训内容与要求】

- 1.在调研的基础上，运用创造性思维，策划一项活动，制定计划书。要求：
 - (1)所策划的活动的内容与主题，既可以由教师统一指定，又可以由学生自选。选题尽可能是与所学专业相关。
 - (2)应通过调研，占有较为充分的材料。
 - (3)要运用创造性思维，所策划的活动一定要有创意。
 - (4)要科学地规划有关要素，计划书的结构要合理、完整。
- 2.在每个人进行个别策划的基础上，以模拟公司为单位，运用“头脑风暴法”等方法，组织深入研讨，形成公司的创意。
- 3.利用课余时间进行系统的活动策划，编制公司的活动策划书或计划书。
- 4.也可在课上进行交流。

【成果检测】

- 1、每个人都要起草一份策划书
- 2、公司的策划书或计划书
- 3、由教师或学生共同对各公司的策划创意与计划编制进行评估，评定成绩。

二、参观走访

【走访对象】

图书馆或书店，查阅有关企业经营预测与决策的文献资料

【实训目的】

通过文献资料的查阅，掌握某种企业管理预测与决策的主要观点及其发展趋势，初步培养学生分析预测与决策方法的能力。

【实训内容】

- (1) 学习查阅文献资料的方法与步骤
- (2) 要求学生了解有关企业经营预测与决策的主要观点
- (3) 分析有关企业经营预测与决策的贡献与局限性

【实训考核】

要求每位同学写一份走访小结，并由教师批阅

三、辩论

【题目】

企业经营预测与决策的科学性取决于企业高层管理层的丰富经验

【实训目的】

了解掌握企业经营预测与决策与企业管理者特别是高层的关系与原理，培养学生初步进入企业管理者角色。

【实训内容】

- (1) 论述企业管理者的基本概念和角色
- (2) 论述企业高层管理者在企业经营预测与决策中的作用和地位。

【方法与要领】

- (1) 将全班同学分成正方与反方若干小组（限5人一组）进行辩论。
- (2) 正方坚持“企业经营预测与决策的科学性取决于企业高层管理层的丰富经验”立场论述。
- (3) 反方联系企业管理、企业管理者基本理论，举例说明企业管理者在企业预测和决策中的作为，确定企业预测决策准确性不完全取决于高层的能力和经验的观点以反驳正方观点。
- (4) 正反双方在辩论中，既要回答对方的提问，也要向对方提出疑难问题，要求答辩。
- (5) 正反双方举例鲜明生动，并形成书面辩论资料，呈报老师或评委。

【成绩测评】

由教师或邀请企业管理方面专家负责评判辩论结果。

四、问题讨论

【问题】

- (1) 怎样运用企业管理学知识进行企业经营预测与决策的实践？
- (2) 如何成为一个合格的企业经营的预测和决策者？
- (3) 企业成长过程中：老板如何定位自己在企业经营预测和决策中的角色与作用？

第三章 战略管理

一、实训与指导

训练项目一：模拟公司之三——企业经营环境分析

【实训目标】

1. 培养分析企业外部环境的能力；
2. 培养分析企业内部环境的能力。

【实训内容与要求】

1. 实地调查一家企事业单位，或搜集一家企业的系统资料；
2. 运用“五力”分析法，分析该企业的外部环境；
3. 运用价值链分析法，分析该企业的内部环境；
4. 以模拟公司为单位组织实施，在共同研讨的基础上，每个人都要认真进行组织外部环境分析和内部环境分析；
5. 在课堂上组织一次交流。

【结果与检测】

1. 结果：能运用“五力”分析法和价值链分析法的基本架构与程序进行分析。
2. 检测：(1)每人的简要分析报告作为一次作业；(2)对各公司及其成员在调研与小组交流中的表现评分。

训练项目二：制定战略性计划与评价

【实训目标】

1. 培养学生创意性思维
2. 培训学生制定战略计划能力
3. 培养学生战略分析评价能力
4. 培养学生沟通能力

【实训内容与要求】

1. 将全班分成A、B两组，并相对而坐，围成圆圈。
2. 教师每十分钟发放一个题目（也可以抽签）。

3. 第一节由 A 组制定企业战略计划，B 组分析评价该计划；第二节课 A、B 两组轮换角色。

4. 教师公布题目后，负责制定战略性计划的一组用抢答的方式确定制定计划者，经过 5—10 分钟准备后提出一个简要的计划。

5. 制定计划的重点：注重创意思维；注重方案运筹，形成基本合理的可行方案。

6. 战略计划提出后，另一组成员对该计划进行评论，指出其合理之处，存在的问题和不足；制定一方本组人员可对计划做进一步补充和解释说明。

7. 每一个计划的题目大约进行十分钟，总共利用大约两节课时间。

【成果与检测】

1. 对于通过竞争制定战略计划的学生，为 1 分，计划制定较好者为 2 分。

2. 分析评价方态度积极，观点正确，为 1 分，表现突出反驳有力的为 2 分。

3. 其他参与发言的，一般记 1 分，较好的一般记 2 分。如果计划好，评价也好的总分记 3 分。

4. 课程结束后上交书面资料（即计划提纲）。

附：计划项目

1. 如果你是班长，怎样抓好一个班级建设，请草拟一份计划书；

2. 请为我班策划一次周末联欢活动，草拟计划书；

3. 计划在 3.15 消费者权益日策划一次街头宣传活动，请你作一份策划书；

4. 如果你想承包一家校园超市，你怎样经营策划；

5. 请你为校园“十大歌手大赛”进行策划；

6. 请你为高职院校学生会体育部将要进行的足球比赛作一份计划书；

7. 最近某班频繁发生违纪现象，请对此请制定一个整顿纪律的工作方案；

8. 假如你所在寝室同学之间关系不和，寝室卫生较差，你作为新任寝室长将如何改变这种局面；

9. 如果你所在的班级厌学，学习气氛不浓，请你制定一份激励全班同学努力学习的方案；

10. 学生会举行校内大规模校园文化活动，需要你去拉赞助，请制定一份工作方案。

二、参观访问

【对象与课题】

工商企业经理或一位管理者——企业经营管理环境与战略性计划

【实训目的】

- (1) 通过与企业管理者特别是企业高层的接触，了解企业外部环境和内部条件的分析和藉此制定企业战略的方法、手段。
- (2) 培养学生运筹管理的能力和战略性思维

【实训内容】

- (1) 听取企业经营环境分析方法的介绍
- (2) 认真理解企业理念、企业宗旨、企业战略类型及战略管理过程。
- (3) 分析该企业管理者的分析方法运用是否恰当，并提出改进意见。

【实训考核】

- (1) 走访结束后，各小组上交一份走访报告，并由指导教师批阅。
- (2) 教师针对学生走访内容完成情况给予打分，并记入积分卡。

三、辩论

【题目】

企业宗旨、理念是很多时候只是流于形式

【实训目的】

了解掌握企业管理环境和原理，学会如何运用企业宗旨设置、企业理念等与企业发展的关系，以提升企业管理水平。

【实训内容】

- (1) 论述企业管理者的基本概念和角色
- (2) 论述企业管理理念、宗旨的基本内容与应用。

【方法与要领】

- (1) 将全班同学分成正方与反方若干小组（限 5 人一组）进行辩论。
- (2) 正方坚持“企业宗旨、理念是很多时候只是流于形式”立场论述。
- (3) 反方联系企业管理、企业战略基本理论，举例说明确立企业理念的灵魂作用，界定企业宗旨是企业发展的罗盘等论点反驳正方观点。
- (4) 正反双方在辩论中，既要回答对方的提问，也要向对方提出疑难问题，要求答辩。
- (5) 正反双方举例鲜明生动，并形成书面辩论资料，呈报老师或评委。

【成绩测评】

由教师或邀请企业管理方面专家负责评判辩论结果。

四、问题讨论

【问题】

- (1) 现代企业战略管理流程有哪些？
- (2) 新时期企业管理分析其经营环境方法的关键是什么？

第四章 营销管理

一、实训与指导

训练项目一：模拟公司系列实训之五——市场细分与选择目标市场

【实训目标】

1. 培养市场调查的能力；
2. 培养市场细分的能力；
3. 培养选择目标市场的能力。

【实训内容与要求】

1. 以模拟公司为单位，组织市场调查，并进行市场细分。
2. 调查一家企业的产品市场，或搜集某领域产品的相关资料。
3. 运用所学知识进行市场细分。要指出可以运用的主要划分标志，及相应的细分市场。
4. 提出选择目标市场的建议，并说明理由。
5. 在全班组织一次交流与研讨会。每个公司推荐两名成员介绍市场细分与目标市场选择情况，并进行评价与研讨。

【成果与检测】

1. 每公司提交一份市场细分与选择目标市场调研与分析报告（或每人一份）

2. 由教师根据报告书和讨论情形评估打分。

训练项目二：模拟管理：进行市场营销策划

【实训目标】

1. 提高调研与环境分析的能力；
2. 培养营销策划的能力。

【实训内容与要求】

1. 在认真研读教材有关营销策划要领的基础上，要求学生选择出一种熟悉的洗发水品牌，为其制作一份营销活动策划书。
2. 利用课余时间实地调查一些经营洗发水企业的经营情况，并广泛调查使用洗发水的顾客。
3. 运用“五力”分析法，分析该种洗发水的外部经营环境。
4. 对该种洗发水进行营销策划。
5. 编制该种洗发水的营销策划书。
6. 进行全班交流。

【成果与检测】

1. 成果：能够运用市场环境分析分析与策划的原理与方法进行分析与策划。方案既有创意，又切实可行。
2. 检测：(1)每公司提交一份该种洗发水的营销策划书（或每人一份）；(2)对各公司及其成员在此项活动（包括班级交流）中的表现进行评估与打分。

二、参观走访

【对象与课题】

中小企业—营销管理现状

【实训目的】

- 1、增强对企业营销管理的感性认识
- 2、培养对企业营销策划方法初步掌握的能力

【实训内容】

- 1、听取企业营销策划的情况介绍
- 2、参观企业销售网点或销售渠道情况
- 3、对该企业的营销管理情况，运用所学的知识进行分析诊断

【实训考核】

- 1、每位同学都要写一份走访企业营销管理（理念）情况的简要分析报告
- 2、教师根据模拟公司成员调查与研讨的表现和分析报告，为每个人评估打分。

三、辩论

【题目】

企业营销管理是企业管理的核心

【实训目的】

了解掌握企业营销管理的基本内容，培养学生重视营销工作程序，学会运用营销策略和相关理念。

【方法与要领】

- （1）将全班同学分成正方与反方若干小组（限5人一组）进行辩论。
- （2）正方坚持“企业营销管理是企业管理的核心”立场论述。
- （3）反方联系企业管理、企业管理者基本理论，举例说明确立企业营销管理作用大小对不同类企业的影响，界定企业营销管理与其他各职能管理（特别是企业战略管理）的正确关系等论点反驳正方观点。
- （4）正反双方在辩论中，既要回答对方的提问，也要向对方提出疑难问题，要求

答辩。

(5) 正反双方举例鲜明生动，并形成书面辩论资料，呈报老师或评委。

【成绩测评】

由教师或邀请企业管理方面专家负责评判辩论结果。

四、问题讨论

【问题】

- (1) 在企业日常活动中，应如何处理好营销管理和其他各项管理的关系？
- (2) 如何保证企业营销策略适应企业发展要求？

第五章 生产运作管理

一、实训与指导

训练项目一：模拟公司之六——模拟采购流程和交易谈判

【实训目标】

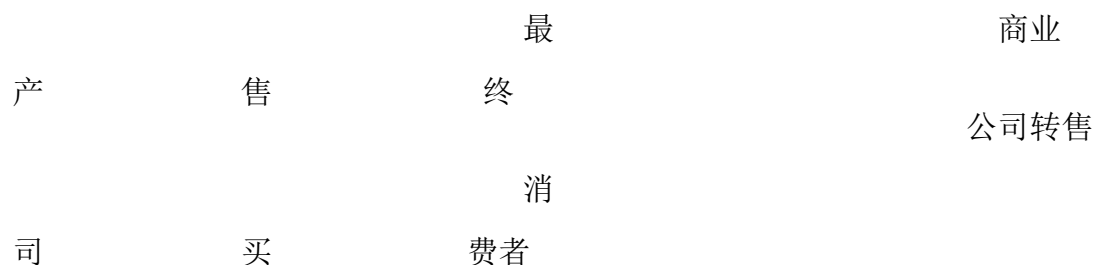
- 1. 通过此次模拟实践的练习，主要提高学生的综合管理能力；
- 2. 从确定采购计划和实施程序与要求，到信息搜集与谈判策划和考核与奖惩每一步骤都高度浓缩了管理技能，使学生在实践中提升自己的技能。

【实训内容与要求】

1. 由学生组成的五家模拟服装公司向同样由学生组成的另外四家模拟商业公司出售商品——不同品牌的新式衬衫。

2. 基本业务框架是由生产商品的生产公司，向商业公司推销商品；商业公司购买商品后，再将商品转售出去。

主要过程如下图：



3. 由教师设定相关成本、收入等数据；由各模拟公司进行交易前准备。

4. 课上利用两节课时间组织模拟谈判，签订交易合同。

5. 进行各公司经营成果统计，按效益排队。

6. 购销双方可轮换进行。

【成果与检测】

1. 每人提交谈判对策方案；

2. 各公司效益比较与排序；

3. 教师在此过程中可进行全程考核，每一步骤都要根据学生表现打出分数，最后在结合公司效益评定成绩。

训练项目二：编制生产作业计划

【实训目标】

1. 增强对生产计划与控制的感性认识；

2. 培养编制生产作业计划的初步能力。

【实训内容与要求】

1. 以模拟公司为单位，深入一家机械加工生产企业进行参观与调研，了解生产计划与控制情况。
2. 运用所学知识，结合该企业的实际，编制一份简单的生产作业计划。
3. 对该厂的生产过程与组织情况进行调查。
4. 在全班组织交流与研讨。

【成果与检测】

1. 成果：能够按照教材有关生产作业计划的内容与方法，并参照所调查企业的实际作业计划进行编制。
2. 检测：(1)每个模拟公司提供一份生产作业计划及所调查企业的生产过程组织材料；(2)对各公司调研中与交流中的表现进行评估与打分。

二、参观走访

【对象与课题】

生产企业或公司——生产作业流程

【实训目的】

- 1、培养学生对生产组织形式和生产组织过程的感性认识的能力
- 2、使学生了解生产工艺流程
- 3、使学会对生产组织效果进行评价

【实训内容】

- 1、听取企业生产组织过程情况介绍
- 2、参观企业生产流水线实况
- 3、在走访和搜集的基础上，运用创造性思维，对企业的生产经营活动情况进行分析与评价
- 4、通过参观走访，搜集充分的生产作业流程方法等材料

5、对走访和搜集的材料，以模拟公司为单位，运用发散性思维的方法、组织深入讨论，形成集体意见。

6、走访时，一定要坚持理论联系实际，按预定计划方案实施，力求重点突出。

【实训考核】

每人撰写一份生产过程评价书，送交教师批阅，并记入个人实训成绩。

三、辩论

【题目】

生产管理中的目标管理比计划编制更加重要

【实训目的】

了解掌握计划编制与目标管理的基本内容，学会如何运用目标管理实现计划目标

【方法与要领】

- (1) 将全班同学分成正方与反方若干小组（限5人一组）进行辩论。
- (2) 正方坚持“生产管理中的目标管理比计划编制更加重要”立场论述。
- (3) 反方联系企业生产管理的基本理论，举例说明确立企业生产管理中目标管理的作用和地位，界定目标管理和计划编制及其实现的正确关系等论点反驳正方观点。
- (4) 正反双方在辩论中，既要回答对方的提问，也要向对方提出疑难问题，要求答辩。
- (5) 正反双方举例鲜明生动，并形成书面辩论资料，呈报老师或评委。

【成绩测评】

由教师或邀请企业管理方面专家负责评判辩论结果。

第六章 企业质量管理

一、实训与指导

训练项目一：模拟公司之七——公司如何申请通过 ISO 认证

【实训目标】：

1. 培养分析界定问题的能力；培养解决实际企业管理问题的能力。
2. 加深对 ISO 族有关知识的理解；培养初步的外联能力。

【实训内容和要求】：

1. 阅读有关的申请资料，进行相关的认证申请分析；
2. 采取模拟公司组织、个人整理、班级交流与研讨的方式进行。
3. 能够正确地运用 ISO 质量和环保认证方面的知识及相关认证部门进行接洽。

【成果与检测】：

1. 写出实训报告；
2. 评分。

训练项目二：顶岗实训——质量监督助理

【实训目标】

1. 了解质量监督的基本过程；
2. 初步了解质量控制方法与技术。

【实训内容与要求】

1. 地点：某实习基地生产车间
2. 时间：课程进行期间，轮流安排学生利用课余时间到某实习基地担任质量监督助理。
3. 人员安排：学生分组进行，每小组 6-8 人，轮流进行。
4. 要求：
 - (1) 每名同学按流水线和工序分配为质量监督助理，负责帮助质量监督检验产品质量。学生助理有权对分拣员的工作提出质疑，并对他做出相应的奖惩措施。

- (2)在顶岗实训前，公司负责对学生进行培训。明确他们的责任和义务。
- (3)每名同学在实训后应总结出一套质量控制行之有效的办法，应具有创新性。

【成果与检测】

- 1、每名质量监督负责对学生助理进行评估。
- 2、在顶岗实训中体会质量控制的重要意义，并写出报告 2000 字左右。
- 3、教师与模拟公司负责人负责对学生的质量控制报告及其表现进行考核。

二、参观走访

【走访对象】

就近的制造型企业

【实训目的】

- 1、通过对企业生产服务过程的了解，对企业质量管理有更深感性认识。
- 2、培养学生的全面质量管理的意识和理念
- 3、培养学生应用现代质量管理的理念与方法的能力
- 4、培养学生日后的质量管理水平

【实训内容】

- 1、听取企业相关管理者对质量管理方法的情况介绍
- 2、通过与企业领导者交谈，了解他在质量控制工作中所遵循的原理
- 3、了解领导工作中采用的质量理念和质量管理方法
- 4、访谈领导在其日常质量管理工作中所遇到的问题和解决方法

【实训考核】

- 1、每位学生上交一份实训报告
- 2、教师根据学生实训报告和交流情况进行打分

三、辩论

【题目】

产品服务质量取决于生产、营销部门

【实训目的】

- 1、了解掌握质量管理的基本理论
- 2、培养学生的质量管理无小事的意识
- 3、初步领会“全面质量观”的内涵

【方法与要领】

- (1) 将全班同学分成正方与反方若干小组（限5人一组）进行辩论。
- (2) 正方坚持“产品服务质量取决于生产、营销部门”立场论述。
- (3) 反方联系企业质量管理的基本理论，举例说明确立企业质量管理中其他部门的作用，界定生产营销部门和其他部门的正确关系等论点反驳正方观点。
- (4) 正反双方在辩论中，既要回答对方的提问，也要向对方提出疑难问题，要求答辩。
- (5) 正反双方举例鲜明生动，并形成书面辩论资料，呈报老师或评委。

【成绩测评】

由教师或邀请企业管理方面专家负责评判辩论结果。

四、问题讨论

【问题】

- (1) 质量管理就是制造部门的事吗？

(2) 合格的质量管理流程应是什么样子的？

第七章 人力资源管理

一、实训与指导

训练项目一：模拟公司系列实训之四——人员配备

【实训目标】

1. 帮助同学解开用人单位“招募”的“神秘面纱”，让大家对招聘单位的招聘实施流程不再“毫无察觉”，甚至处于懵里懵懂的状态；
- 2、同学在准备模拟应聘中实践，培养好一种责任感，调节好心态，从容、自信、大方地重视并面对用人单位；
- 3、助同学从举止、神态、礼节的完善，至面试问题的应答变通技巧都得到全方位的提升，以期毕业后的应聘“软技巧”得到质的跃升；
- 4、同学在活动中去体味取长补短，相互借鉴的意义；
- 5、学生客串角色，学会独立思考和团队合作，提高大学生的策划与执行力。

【实训内容与要求】

- (一) 时间：从策划宣传至实施评价，结果反馈，为时1周左右。
- (二) 地点：校区适宜场所；
- (三) 相关人员：

- 1、模拟单位相关人员：有关模拟招聘部门的工作人员可由学生客串或老师担任；
- 2、活动负责人及参与协助人员：可依托团委学生会、心理协会、青协或某些班级来实施该实践活动，并进行分工。

（四）招聘流程：

- 1、前期策划宣传阶段：将模拟招聘部门及其相应岗位和相关要求颁于众；该阶段中活动参与协助人员，还需加大活动意义内容等的宣传，该阶段为时 10 天左右。
- 2、动员报名阶段：在前期宣传到位的基础上，动员同学踊跃报名，并每人上交一份制作完整的简历，该阶段历时 15 天左右。
- 3、笔试、面试实施阶段：先笔试，将事先准备好的相关岗位试题交予“应聘者”作答，并及时批改，参照报名人数按一定比例择选部分“应聘者”进入面试，该阶段历时 3 天左右，再面试。
- 4、调查反馈阶段：制订相应问卷，进行抽样调查，该阶段历时 6 天左右。

（五）具体操作

1、宣传阶段：通过播放有关心理体裁的影片和学生找工作中易出现误区的小短剧，张贴海报的形式和借助校园广播进行大力宣传动员，力求从听觉、视觉等多感官角度调动同学参与活动的积极性；在公布招聘要求时，需规范完整，并写出专业化的招聘公告。

2、解读应聘者简历

3、面试筛选

方法一：可采用结构化面试的形式。

方法二：行为性面试法。

方法三：无领导小组讨论法。

方法四：角色扮演法

【成果与检测】

写出招聘公告。选定面试方式和录用标准。根据表现打分。

训练项目二：自我心理突破—跨越难堪

【实训目标】

- 1.培养在众人面前敢于讲话能力，以提高面试时的口头表达能力；
- 2.克服心理障碍，增强自信和勇气。

【实训内容与形式】

1. 根据实训目标要求与学生的特点，选择设计训练项目。必须是在众多陌生人面前作宣讲或表演。
2. 既可以小组为单位，每组 6-8 人，由学生推荐的组长主持；也可以全班集中进行。但每个人都必须当着陌生人公开宣讲。
3. 由班级主持人或组长组织进行心理突破实地践行，并作出详细记录（有条件的可采用录像的形式）。

【成果与检测】

- 1、每个人写出训练的简要报告
- 2、对每个同学的表现进行评议，并分析成功与不足。
- 3、给各位同学与小组打分。

二、参观走访

【对象与课题】

工商企业——人力资源招聘方案

【实训目的】

了解企业招聘决策方案编制的程序方法和基本内容，学会如何编制招聘计划。

【实训内容】

- 1、听取企业管理者对招聘方案编制的情况介绍
- 2、结合招聘的类型、程序、方法和评估，根据招聘实际情况，分析本招聘的依据和可行性。

【实训考核】

走访后，每人撰写一份商业公司年度人员招聘方案，名称自定，教师对编制的计划方案进行评估，评定成绩，并推荐 3—5 篇优秀的招聘方案进行全班交流，促进学习。

三、辩论

【题目】

招聘中的面试官大多是“外貌协会”的

【实训目的】

- 1、了解掌握面试类型和方法
- 2、学会如何提高面试质量（信度和效度），运用科学手段降低面试中个人的偏见。

【方法与要领】

- （1）将全班同学分成正方与反方若干小组（限 5 人一组）进行辩论。
- （2）正方坚持“招聘中面试官大多以貌取人”立场论述。
- （3）反方联系企业招聘基本理论，举例说明确立招聘严谨性、界定招聘采用胜任力模型的益处及可行性等论点反驳正方观点。
- （4）正反双方在辩论中，既要回答对方的提问，也要向对方提出疑难问题，要求答辩。
- （5）正反双方举例鲜明生动，并形成书面辩论资料，呈报老师或评委。

【成绩测评】

由教师或邀请企业管理方面专家负责评判辩论结果。

四、问题讨论

【问题】

- (1) 不同风格的面试官在做招聘时，是否会有不同？如果有，不同之处是什么？
- (2) 职业发展思想对大学生职业生涯规划有何指导意义？

第八章 财务管理

一、实训与指导

训练项目一：模拟公司系列实训之八——融资方案

【实训目标】

- 1. 培养学生初步融资的能力
- 2. 培养融资计划书的写作.

【模板】

二、商业计划书提纲

XXX 公司（或 XXX 项目）

商业计划书

年月

（公司资料）

地址

邮政编码

联系人及职务

电话

传真

网址/电子邮箱

目录

报告目录

第一部分摘要（整个计划的概括）（文字在 2-3 页以内）

一、公司简单描述

二、公司的宗旨和目标（市场目标和财务目标）

三、公司目前股权结构

四、已投入的资金及用途

五、公司目前主要产品或服务介绍

六、市场概况和营销策略

七、主要业务部门及业绩简介

八、核心经营团队

九、公司优势说明

十、目前公司为实现目标的增资需求：原因、数量、方式、用途、偿还

十一、融资方案（资金筹措及投资方式）

十二、财务分析

1、财务历史数据（前 3-5 年销售汇总、利润、成长）

2、财务预计（后 3-5 年）

3、资产负债情况

第二部分综述

第一章公司介绍

一、公司的宗旨（公司使命的表述）

二、公司简介资料

三、各部门职能和经营目标

四、公司管理

1、董事会

2、经营团队

3、外部支持（外聘人士/会计师事务所/律师事务所/顾问公司/技术支持/行业协会等）

第二章技术与产品

一、技术描述及技术持有

二、产品状况

1、主要产品目录（分类、名称、规格、型号、价格等）

2、产品特性

3、正在开发/待开发产品简介

4、研发计划及时间表

5、知识产权策略

6、无形资产（商标/知识产权/专利等）

三、产品生产

1、资源及原材料供应

2、现有生产条件和生产能力

3、扩建设施、要求及成本，扩建后生产能力

4、原有主要设备及需添置设备

5、产品标准、质检和生产成本控制

6、包装与储运

第三章市场分析

一、市场规模、市场结构与划分

二、目标市场的设定

三、产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响市场的主要因素分析

四、目前公司产品市场状况，产品所处市场发展阶段（空白/新开发/高成长/成熟/饱和）

产品排名及品牌状况

五、市场趋势预测和市场机会

六、行业政策

第四章竞争分析

一、有无行业垄断

二、从市场细分看竞争者市场份额

三、主要竞争对手情况：公司实力、产品情况（种类、价位、特点、包装、营销、市场占有率等）

四、潜在竞争对手情况和市场变化分析

五、公司产品竞争优势

第五章市场营销

一、概述营销计划（区域、方式、渠道、预估目标、份额）

二、销售政策的制定（以往/现行/计划）

三、销售渠道、方式、行销环节和售后服务

四、主要业务关系状况（代理商/经销商/直销商/零售商/加盟者等），各级资格认定标准政策（销售量/回款期限/付款方式/应收帐款/货运方式/折扣政策等）

五、销售队伍情况及销售福利分配政策

六、促销和市场渗透（方式及安排、预算）

1、主要促销方式

2、广告/公关策略、媒体评估

七、产品价格方案

1、定价依据和价格结构

2、影响价格变化的因素和对策

八、销售资料统计和销售纪录方式，销售周期的计算。

九、市场开发规划，销售目标（近期、中期），销售预估（3-5年）销售额、占有率及计算依据

第六章投资说明

一、资金需求说明（用量/期限）

二、资金使用计划及进度

三、投资形式（贷款/利率/利率支付条件/转股-普通股、优先股、任股权/对应价格等）

四、资本结构

五、回报/偿还计划

六、资本原负债结构说明（每笔债务的时间/条件/抵押/利息等）

七、投资抵押（是否有抵押/抵押品价值及定价依据/定价凭证）

八、投资担保（是否有抵押/担保者财务报告）

九、吸纳投资后股权结构

十、股权成本

十一、投资者介入公司管理之程度说明

十二、报告（定期向投资者提供的报告和资金支出预算）

十三、杂费支付（是否支付中介人手续费）

第七章投资报酬与退出

一、股票上市

二、股权转让

三、股权回购

四、股利

第八章风险分析

一、资源（原材料/供应商）风险

二、市场不确定性风险

三、研发风险

四、生产不确定性风险

五、成本控制风险

六、竞争风险

七、政策风险

八、财务风险（应收帐款/坏帐）

九、管理风险（含人事/人员流动/关键雇员依赖）

十、破产风险

第九章管理

一、公司组织结构

二、管理制度及劳动合同

三、人事计划（配备/招聘/培训/考核）

四、薪资、福利方案

五、股权分配和认股计划

第十章经营预测

增资后 3-5 年公司销售数量、销售额、毛利率、成长率、投资报酬率预估及计算依据

第十一章财务分析

一、财务分析说明

二、财务数据预测

1、销售收入明细表

2、成本费用明细表

3、薪金水平明细表

4、固定资产明细表

5、资产负债表

6、利润及利润分配明细表

7、现金流量表

8、财务指标分析

(1)反映财务盈利能力的指标

a. 财务内部收益率

b. 投资回收期

c. 财务净现值

d. 投资利润率

e. 投资利税率

f. 资本金利润率

g. 不确定性分析：盈亏平衡分析、敏感性分析、概率分析

(2)反映项目清偿能力的指标

a. 资产负债率

b. 流动比率

c. 速动比率

d. 固定资产投资借款偿还期

第三部分附录

一、附件

1、营业执照影本

2、董事会名单及简历

3、主要经营团队名单及简历

4、专业术语说明

5、专利证书/生产许可证/鉴定证书等

6、注册商标

7、企业形象设计/宣传资料（标识设计、说明书、出版物、包装说明等）

8、简报及报道

9、场地租用证明

10、工艺流程图

11、产品市场成长预测图

二、附表

- 1、主要产品目录
- 2、主要客户名单
- 3、主要供货商及经销商名单
- 4、主要设备清单
- 5、市场调查表
- 6、预估分析表
- 7、各种财务报表及财务预估表

*计划书须用电脑打出，隔行打印且页面采用宽边；标题用较大的粗体字小标题用黑体字；各大章节分页，正文须注明页码。

【成果与检测】

1. 根据同学的讨论形成融资方案
2. 最后由同学自行组织人员执笔写出一份商业计划书.
3. 由教师根据商讨计划书和讨论情形评估打分。

训练项目二：情景模拟——怎样拉赞助？

【实训目标】

- 1.在实践中理解收入、成本、利润等基本财务指标含义；
- 2.学会利润计算方法，有理有力说服企业提供赞助。

【实训内容与要求】

1.以老生即将毕业为背景组织一次全校毕业生篮球比赛，假如你是这个活动的外联人员，主要任务就是寻求企业赞助，试结合财务管理知识撰写一份合情合理的融资策划书。

2.以模拟公司为单位分成小组，以不同企业作为对象各撰写一份赞助方案。

【结果与检测】

1. 每组都有赞助方案
2. 检测：(1)按时完成；(2)符合实际情况，具有可行性；(3)方案应符合一定的规范；(4)评估在活动中成员的表现。

二、参观走访

【走访对象与课题】

企业管理者——SAP（企业管理解决方案）软件中 FI\CO\AM 等模块的应用情况介绍

【实训目的】

通过对企业管理者的访谈与实地参观，使学生了解应收、应付、总帐、合并、投资、基金、现金，利润中心、成本中心，产品成本、项目[会计](#)、[获利能力分析](#)，固定资产、技术资产、投资控制等基本概念；理解 ERP 等软件给企业管理带来的实际便利。

【实训内容】

- 1、访谈财务管理中对时间价值的认识
- 2、访谈借助软件后企业财务管理方法与效果的关系
- 3、通过对企业管理者的走访，了解企业所应用的筹资措施和投资、负债管理方式

【实训考核】

- 1、各小组写一份走访报告供教师批阅，记入成绩积分卡
- 2、学生填写一份实训报告，供教师考察此次实训的实际效果

三、辩论

【题目】

诚信是融资的唯一试金石

【实训目的】

- 1、了解掌握筹资方式等的基本理论
- 2、培养学生诚信做人踏实做事的良好职业操守

【方法与要领】

- (1) 将全班同学分成正方与反方若干小组（限5人一组）进行辩论。
- (2) 正方坚持“诚信是融资的唯一试金石”立场论述。
- (3) 反方联系企业财务管理基本理论，举例说明企业管理者融资中的作为，确定企业融资成功与否不仅仅取决于诚信的可贵品质的观点以反驳正方观点。
- (4) 正反双方在辩论中，既要回答对方的提问，也要向对方提出疑难问题，要求答辩。
- (5) 正反双方举例鲜明生动，并形成书面辩论资料，呈报老师或评委。

【成绩测评】

由教师或邀请企业管理方面专家负责评判辩论结果。

四、问题讨论

【问题】

- (1) 客户在退保时，退保额和资金的时间价值有什么关系？
- (2) 在现实生活中在多种有哪些类型的企业可以在多种融资方式中进行选择？

第九章 企业文化

一、实训与指导

训练项目一：模拟公司之九——模拟公司的企业管理理念与组织文化设计

【实训目标】

1. 培养初步运用企业文化理论解决问题的能力；
2. 培养分析与建设组织文化的能力。

【实训内容与要求】

根据所学知识以及对实际企业所获得的信息资料，研讨并设计本公司的企业理念与组织文化。

1. 结合本公司的实际，论证应以何种理论作为企业文化管理的理论依据；
2. 本公司应树立哪些先进的企业文化理念；
3. 对本公司的文化建设提出设想与举措，并制定建设方案。
4. 在班级组织一次交流与研讨。

【结果与检测】

1. 结果：能正确地引用现代管理文化理论加以指导，并结合中国国情。要制定科学可行的公司文化建设方案。
2. 检测：(1)每个人写出一份论证应以何种文化理论作为企业管理的理论依据的简要材料；(2)每个公司提交“公司管理理念”与文化建设方案；(3)对各公司所交材料与交流中的表现进行评估打分。

训练项目二：管理理念与组织文化

【实训目标】

1. 增强对现代企业管理思想的感性认识；
2. 培养对企业的形象管理的分析能力。

【实训内容与要求】

1. 在实际企业中，或网上、报刊杂志中，搜集一个或几个我国改革开放后的有关文化管理的案例或资料（最好是一事一议性的简短事例）；
2. 应用所学理论，分析其文化管理思想。
3. 在班级组织一次关于企业文化与企业形象塑造的沙龙。每个成员都可以作介绍，谈体会，放开思路，自由畅想。

【成果与检测】

- 1、每人写一篇简要的分析报告
- 2、可根据个人分析报告与在研讨会上的表现，由师生共同评定成绩，也可由轮值公司负责评定。

二、参观走访

【走访对象】

身边中外 500 强企业

【实训目的】

了解中外 500 强企业文化

【实训内容】

- 1、了解民族文化与企业文化的关系
- 2、了解企业文化的与时俱进的需要

- 3、了解中外著名企业文化的差异
- 4、学会具备跨文化意识，克服文化休克

【实训要求】

- 1、倾听介绍，认真记录，加强口才锻炼，学会正确理解
- 2、每人写一篇走访心得体会

【实训考核】

教师对学生的走访心得进行批阅打分，并选出优秀心得在全班进行交流与学习。

三、辩论

【题目】

文化冲突都是由沟通障碍产生的

【实训目的】

- 1、了解掌握跨文化管理的基本理论
- 2、培养学生运用冲突的协调克服沟通障碍的能力
- 3、初步学会运用沟通技巧

【方法与要领】

- (1) 将全班同学分成正方与反方若干小组（限5人一组）进行辩论。
- (2) 正方坚持“文化冲突都是由沟通障碍产生的”立场论述。
- (3) 反方联系企业文化与企业形象的基本理论，举例说明文化冲突与沟通的正确关系即沟通障碍只是引起文化冲突的一个原因的观点以反驳正方观点。
- (4) 正反双方在辩论中，既要回答对方的提问，也要向对方提出疑难问题，要求答辩。
- (5) 正反双方举例鲜明生动，并形成书面辩论资料，呈报老师或评委。

【成绩测评】

由教师或邀请企业管理方面专家负责评判辩论结果。

四、问题讨论

【问题】

- (1) 企业管理为什么不可偏废企业文化？文化建设的途径有哪些？
- (2) 如何掌握企业形象识别系统，做一名文化适应力强的管理者？