# 管理研究设计论文范文6篇

来源：网络 作者：夜色温柔 更新时间：2024-03-19

*管理研究设计论文范文 第一篇护士承担着医疗提供者和医疗协调者的双重任务，而且护理工作贯穿于患者整个诊治过程中，所以，加强对护理工作队伍的建设和提高对于提高护理管理水平具有积极意义。本文主要从现代护理管理对护理工作人员的基本要求和更高要求两方...*

**管理研究设计论文范文 第一篇**

护士承担着医疗提供者和医疗协调者的双重任务，而且护理工作贯穿于患者整个诊治过程中，所以，加强对护理工作队伍的建设和提高对于提高护理管理水平具有积极意义。本文主要从现代护理管理对护理工作人员的基本要求和更高要求两方面进行论述，为临床护理管理工作提供一定的理论基础。

New Requirements of Modern Nursing Management to the Nurses/WANG Xue-yun， HUANG Xiao-yan.//Medical Innovation of China，20\_，12(10)：083-086

【Abstract】 In the normal operation of the hospital nursing management and nursing play an important role in the development of the career， and effective nursing management can significantly enhance the core competitiveness of hospitals in the medical took the double tasks of medical providers and medical coordinator， and nursing work throughout the whole process of diagnosis and treatment of patients， so to strengthen the construction of nursing team and improve can play a positive role in improving the nursing management article mainly from the basic requirement of modern nursing management of nursing staff and higher requirements， provide certain theoretical basis for clinical nursing management.

【Key words】 Nursing management; Nurse; New requirements

First-author’s address：Chinese People’s Liberation Army 264th Hospital， Taiyuan 030001， China.

世界卫生组织(WHO)对护理管理做了如下定义：护理管理是为了提高人们的健康水平，系统地利用护士的潜在能力和其他有关人员或设备、环境和社会活动的过程[1]。因此，不难得出以下结论，更好地完成护理管理工作，不但能够促进我国卫生医疗事业的进步与发展，而且能够极大提高护理管理水平、护理服务质量及患者的满意度，具有重要的学术意义和社会意义[2]。近年来，随着医学科学和现代科技的迅猛发展、现代医学模式的转变以及人类健康观念的更新，护理学作为一门融合自然科学和社会科学的特殊领域，在临床工作中占据着极其重要的地位。因为护理学理论和临床护理工作的内容、质量、技术、对象、范围等均发生了质的变化，相应地，护理管理工作也同样更新了观念、拓宽了其内容。为了适应新的医疗体系及新的医学模式的发展和进步，如何做到对每一位护士人尽其用，充分开发和利用护理工作人员的潜能，提高护理人员的服务质量及患者满意度等问题，向护理管理者提出了挑战，本文就现代护理管理对护理工作人员的要求进行以下论述。

>1 现代护理管理对护理工作人员的基本要求

护理工作人员是医院面向患者或者说面向社会的一道亮丽的风景线，不仅要求其具有良好的精神风貌，还应具有优秀的职业道德、高度的思想政治素养、过硬的心理素质、口头及书面语言的表达能力、一定的外语能力、获取和利用信息的能力以及自学能力;具有博大的胸怀和情商，面对工作中各种复杂的人际关系，应具备良好的沟通、解决冲突、与上下级各部门的协作及激励能力;具备扎实的业务能力，如基础护理操作、专科技术操作、配合医疗操作、病情观察判断、急危重患者的急救的能力等[1，3]。

>2 现代护理管理对护理工作人员的更高要求

理解和掌握护理管理学的特点并将其运用于实践中 护理工作人员为了更好地做好护理管理工作，就必须理解和掌握护理管理学的特点，从而将理论和实践更好的结合为护理管理工作保驾护航。

现代护理学是一门涉及多学科的综合交叉学科，包括管理学、护理学、临床医学、社会医学、心理学、人文科学等相关的理论和知识，其宗旨是帮助、指导、照顾人们保持或重新获得身体内外环境的相对平衡，达到身心健康、精力充沛。现代护理工作要求在保证完成基础护理工作以及专业技术服务的同时，还要加强与患者及其家属的沟通，充分满足和理解患者及其家属对治疗、环境、用药、营养、膳食、心理干预、康复和检查等各方面的知情需要，积极主动地发现和解决患者的问题，充分满足患者各方面的需求[4]。

**管理研究设计论文范文 第二篇**

>【内容提要】：大型赛事蕴藏着巨大的商业价值。要提高大型赛事的社会和经济效益，就必须按照市场经济的规律办事，全方位探索我国体育竞赛市场的开发途径。本文对此提出三点建议：加强市场调研，整合赛事资源；提供优质服务，打造品牌；提高整体竞争优势，实现价值最大化。阐释了赛事品牌营销的基本功能，对赛事品牌营销策略中品牌定位、赛事品牌个性、赛事知名度、品牌忠诚培育等方面进行了研究，以求更好地指导体育赛事品牌的经营与推广，促进赛事经营向科学化、市场化、规范化、社会化方向发展。

>【关 键 词】：大型体育赛事；场营销策略；市场调研赛事品牌；品牌营销；策略

>【 正 文】>前言

体育赛事，尤其是大型赛事，作为一种特殊的商品，蕴藏着巨大的商业价值，已经催生了一个新的经济领域，即“赛事经济”。大型体育赛事的市场价值取决于赛事组织者、推广商、赞助商和媒体的合作和策划，成功的体育赛事已离不开赛事的运作技术和营销策略。随着人们体育赛事欣赏品位的提高，体育赛事的经营管理以及赛事品牌的推广显得格外重要，成功的体育赛事运营和推广能有效提升赛事品牌的价值。由于我国体育赛事商业化运作起步较晚，运行机制还不够完善，一定程度上影响和制约了体育赛事的国际化发展进程。因此，有必要对体育赛事品牌营销方式加以研究，以便更好地指导体育赛事品牌的经营与推广。

>一、加强市场调研，整合赛事资源

大型赛事可开发的资源十分丰富，包括冠名权、特许权、赛事项目无形资产开发、赛事广告开发、媒体经营开发、文化活动开发和派生产品开发等等。一般地说，大型赛事市场调研的主要内容有：同类赛事以往和未来的市场评估与预测；该赛事的社会知名度及市场知名度调查；该赛事以往的电视转播状况及电视转播权调查；该赛事以往的现场观众和电视观众调查；该赛事以往的宣传广告方式及媒体对赛事的报道方式调查；该赛事以往的赞助商类型、赞助方式及赞助绩效评估；该赛事的市场营销方案及策略手段调查；该赛事派生文化经济活动对赛事本身的影响调查；赛事与举办城市的政府、商业财团和民众的互动关系分析；赛事出现的意外事件调查及可能采取的规避措施和保障方案；赛事的社会经济效益分析及财务预算报告。

市场调研的方法主要包括民意调查和商业调查, 意调查主要是对消费群体的市场需求和产品需求调查,商业调查则是一项专门的市场研究活动。在充分调研的基础上,赛事组织者和商业合作伙伴还应做好赛事评估的工作。赛事评估的内容是经济效益指标和社会效益指标。前者包括直接收入预测,间接增值收益、经济推动效益、潜在效益。者包括赛事的社会影响力和感召力、赛事对城市发展的直接和间接推动、受众对赛事的认识和熟悉程度、受众对赛事的品牌和价值评价、受众对赛事报道主流媒体的关注度、主流媒体报道赛事的效果评价、主流媒体在行业中的影响力评价等。

>二、提供优质服务，打造品牌

运动竞赛和体育表演属于服务行业，具有一般服务产品的无形性、同时性、异质性、时间性、参与性、不可储存性、无所有权转让性和人作为产品的一部分等特征。因此，必须细分市场，针对目标市场的需要，提供满意甚至超值的服务，以满足消费者的需求，提高顾客价值，打造品牌赛事。大型赛事的服务对象和层次主要包括以下三个方面：为广大观众提供高质量的竞赛表演服务，为社会提供满意的竞赛表演衍生产品，使赞助商和商业合作伙伴获得良好的宣传沟通效果及经济利润。体育赛事成功与否，很大程度上取决于赛事组织者和经营者的赛事组织管理，采取措施以提升赛事的观赏价值和竞技价值，提高参赛运动员的竞技水平和公众影响，形成因大量的观众需求导致门票畅销，门票供不应求导致大量的电视观众，电视观众增加导致电视广告增值，电视广告增值导致场内广告价值提升，场内广告升值导致赛事冠名、体育组织或俱乐部的广告时空、运动员和教练员的肖像权、姓名权和代言人服务等价值提升的筹资与传媒功能互动互利的良性循环态势。我国的体育赛事资源尽管十分丰富，但被公认为具有品牌价值的体育赛事还凤毛麟角，因此，赛事组织者要提供优质服务，打造品牌，不断提高赛事的社会效益和经济效益。

>三、提高整体竞争优势，实现价值最大化

体育赛事市场营销活动的出发点和归结点都是通过对体育赛事的策划、包装和市场经营，以提升赛事的商业价值，从而使赛事的组织者、经营者和赞助商共同获取利润。为此，必须提高整体竞争优势，以实现价值的最大化。

首先，竞赛表演具有非物质性和不可储存性的特点，但赛事过程中的动作造型，速度力量和技战术表现等可以作为一种动态的表象储存在记忆中。因此，在促销方面可以利用观众对赛事的美好记忆作为营销沟通的手段。例如，将精彩的瞬间或片断制作成册或声影集锦，在赛场或者相关娱乐设施内供游人随意翻阅，以促进与消费者的沟通，也可将其出版发行，扩大在公众中的影响。由于竞赛表演服务具有同时性、参与性，以及运动员和教练员作为产品的一部分等特点，因此还应该根据赛事的特点，创造观众参与赛事的时机，充分利用运动员和教练员的个人形象和影响力进行营销。

其次，企业通过赞助、冠名体育赛事等策略，借助所赞助的体育赛事树立企业及其产品在公众中的品牌形象。将体育赛事与商业企业的品牌推广紧密结合属于软性推销，其最大特点是功利性潜藏在公益性之下，容易获得社会和市场的认同，从而达到品牌推广和市场营销的目的。赛事赞助行为一旦发生，赞助商与赛事组织者和经营者就结成了利益共同体，结成了一种新型的市场合作伙伴关系，这也是赛事赞助区别于一般广告的显著特征。赛事赞助的基本方案是：赞助企业提供一定的资金、实物、技术或服务给赛事的组织者和经营者，两者通过合同的形式确定市场合作的伙伴关系。获得赞助的赛事组织者和经营者则利用体育赛事的商业平台，将赞助商的企业及产品形象与赛事紧密而巧妙地结合，充分运用体育赛事的现场渲染和媒体报道，创造轰动影响，并通过赛事期间的各种产品促销活动，营造良好的市场氛围，使赞助商从赛事赞助中获得的回报效益最大化。

再次，营销城市。这是当今赛事营销最具社会价值和开发潜力的营销手段。赛事营销促进城市发展，提高城市的知名度，已经得到普遍认可，并受到了政府和社会的高度关注。此外，以体育为依托，借体育赛事的机会引来国内外众多游客，发展体育旅游，亦可给举办赛事的城市带来巨大的经济效益。

赛事品牌是指体育赛事的组织和经营者为某项体育赛事冠取的名称、标记或符号。赛事品牌营销是商业体育机构针对市场需求的基本态势，着眼于商业体育机构与关联者共生共赢，并以商业体育机构理念为核心，以赛事品牌为手段，以赛事经营者利益最大化为目标的一种超越赛事产品的一系列经营活动过程。

>一、赛事品牌营销能有效地开拓市场

品牌形象是赛事经营者向社会公众消费其所冠产品的安全承诺与保证：优秀的品牌形象凝聚着消费者选择商品想要掌握的各种信息，它是卓越产品、服务质量、赛事经营者信誉、高知名度及其市场占有水平等综合优势的象征，可以使消费者愿意购买赛事相关产品。

>二、赛事品牌营销能有效地树立赛事经营者形象，聚集体育优秀人才

现代市场竞争，从其本质上讲就是人才的竞争。现代赛事经营者对人才的争夺主要表现在两个方面：一是要能留住赛事经营者现有的球星等优秀人才，二是要不断地吸引市场上的优秀人才。赛事经营者在这场没有硝烟的现代战争中，唯有运用品牌战略，树立起优秀的赛事经营者形象，方可取得人才争夺的主动权。赛事经营者通过实施品牌战略，树立起优秀的赛事经营者形象，能够使人产生一种能够成为该赛事经营者的一员的荣誉感和自豪感，有利于赛事经营者招贤纳才；赛事经营者实施品牌战略，树立起优秀的赛事经营者形象，可以赋予赛事组织成员一种信心，坚信赛事经营的前途光明，并使赛事经营人员自觉把自己的命运与赛事经营的前途紧密地联系在一起；赛事经营者实施品牌战略，树立起优秀的赛事经营者形象，还可以使赛事经营参与者产生强烈的责任感和使命感，时刻自觉维护赛事经营者的形象，并按赛事经营者品牌战略的基本要求，自觉地、最大限度地发挥自己的聪明才智，为赛事经营的发展作出自己应有的贡献。

>三、赛事品牌营销能够有效地提高产品的附加值，使赛事经营者获得更高的边际收益 赛事经营者（产品）品牌的形象是赛事经营者员工长期共同奋斗的结晶，其本身就具有价值的属性，它不仅是对赛事经营者全部有形资产和无形资产的抽象和凝聚，也是赛事经营者对赛事消费者的永恒承诺；它不仅能极大地提升产品的知名度，而且可以迅速地赢得赛事消费者关爱与信赖。因此，将一种特定产品附着于某一赛事品牌之下时，就会使该产品业能够从赛事品牌营销中获得更多的边际收益。

>四、赛事应注重品牌定位

当前，赛事消费者的构成越来越具有立体性、交叉性，包含了经济、文化等诸多因素，其需求呈现多元化。只有通过市场细分，分析不同市场的差异来进行品牌定位，寻找最适合赛事营销的目标市场，找出市场缝隙，才能吸引赛事消费者的注意力，从而占有尽可能大的市场份额。赛事品牌的运营目的是占据市场，赛事品牌的市场定位就是寻找消费目标人群，确定消费范围。

>五、突显赛事品牌个性

个性是品牌的灵魂，一方面体现在为赛事消费者提供有特色的服务和产品，如精彩的比赛场面、丰富的服务层次；另一方面，应通过品牌名称、品牌标志、产品包装、广告宣传等要素，赋予赛事能吸引消费者的独特的气质和形象并根植于消费者心中。赛事品牌形象具有激情和娱乐属性的大众化品味，并能区别于其他赛事，与普通娱乐活动具有明显的差异性。通过赛场布置、工作人员和运动员的教育，使赛事展现具有娱乐和赛事项目核心属性的品牌形象。

>六、扩大赛事品牌知名度

赛事品牌知名度宣传的目的在于增强赛事消费者的品牌认知，进而导致消费者的购买行为。赛事品牌宣传最重要的是借助广告媒体，现代品牌的塑造离不开现代媒体。消费者每天都接受来自各方面的各种信息，而只有引起消费者注意力的信息才能在其脑海中保存起来，赛事的广告宣传要努力使自己的品牌信息从众多信息中脱颖而出，达到吸引消费者注意的目的。

>七、作好品牌延伸

品牌延伸是赛事经营者对已实现的某个品牌资源的充分开发和利用，使品牌生命不断得以延长，品牌价值得以增值，品牌的市场份额不断扩大。赛事品牌要保持其独特的市场魅力，就必须在时间和空间上不断进行拓展和延伸。以品牌为核心拓宽市场半径，实行品牌延伸战略已成为赛事经营者资源重组和扩大规模的重要筹码。赛事品牌延伸中最重要的一点就是延伸后的产品与原有品牌产品在最终用途、购买对象、生产条件、销售渠道等方面应存在一定的关联度，并且在延伸过程中要有创新。

>八、培育品牌忠诚

赛事经营者的最终目的是要通过各种手段赢得赛事消费者的喜爱，使消费者产生品牌偏好。品牌忠诚是赛事经营中最重要的一个概念，因为它是在一个产品类型中一个品牌超过所

有其他品牌的连续优先选择或反复购买。体育赛事品牌忠诚度还可以成为一个活广告，当某个赛事品牌的忠诚者对身旁的朋友推荐该观看赛事或购买相关的产品时，比以其它方式去树立品牌形象的效果要好得多.

>结语：

综上所述：体育赛事的品牌营销是以赛事的品牌为中心，展开一系列的营销策划，不断扩大赛事品牌的影响力，提高赛事品牌在大众人群的认知度，从而吸引更多更广泛的人群关注该项体育赛事，最终达到提升赛事品牌价值的目的的市场营销方式，是体育赛事经营者实施名牌战略的重要途径，应引起赛事经营与管理者的高度重视。营销城市。这是当今赛事营销最具社会价值和开发潜力的营销手段。赛事营销促进城市发展，提高城市的知名度，已经得到普遍认可，并受到了政府和社会的高度关注。此外，以体育为依托，借体育赛事的机会引来国内外众多游客，发展体育旅游，亦可给举办赛事的城市带来巨大的经济效益。

>参考文献：

1 陈云开:现代体育组织经营管理赛事的基本模式[J].上海体育学院学报，20\_

2 \_ 黄 伟:我国单项体育赛事融资现状与发展对策研究[J].体育科学，20\_. 3 刘清早：体育赛事运作管理[M].北京：人民教育出版社，.

4 叶庆晖：体育赛事运作研究[D].北京：北京体育大学，.

5 钟天朗：体育经营管理一理论与实务[M].上海:复旦大学出版社,20\_.

6 刘卉：体育营销:企业营销新领域[J].西南民族学院学报(哲社版),20\_.

7 郑冉冉：关于体育营销的若干理性思考[J].江苏商论，20\_.

**管理研究设计论文范文 第三篇**

基层人民银行职能与金融管理实践

摘要：近年来随着人民银行金融管理职能的开放，将管理职能回归到基层银行中，实行“两管理、两综合”为内容的实践活动，并取得一定的成效。高职院校工商管理论文

但是因为短时间内金融机构在管理中时间较短，在经验方面存在一定的不足，因此基层银行在履行服务职能的过程中还是存在一定的问题，在管理方面存在一定的欠缺。高职院校工商管理论文

本文主要针对基层人民银行履行服务职能与金融管理的实践进行一定的探讨。高职院校工商管理论文

关键词：基层人民银行;服务职能;金融管理

在经历了的金融危机以后，人民银行在其管理的政策上进行了一系列的调整。高职院校工商管理论文

银监会在进行部门的分设以后，在思想上具有一定的误区，将银监会错误的认定为银行的监管部门，并将金融监管职能也进行错误的划分，将其放在银监会的职能范围内，这样就造成在进行实际的工作中，银监会并没有进行实际的工作权限，也没有制定措施对金融管理进行一定的监管。高职院校工商管理论文

而作为金融政策的执行者基层银行来讲，因为自身在职能管理方面缺乏一定的监督和指导，造成基层银行在履行职能和金融管理方面存在一定的不足。高职院校工商管理论文

一、基层人民银行履行服务职能金融管理的内容

(一)基层人民银行的服务职能

基层人民银行在进行监督的过程中对货币的政策进行监督及其协调，使得政府、银行和企业之间的资金联系可以有效的进行，对基层的经济活动进行一定的指导。高职院校工商管理论文

对经济金融情况进行分析和监控是进行职能转换的主要手段，县级人民银行在政府部门中占据的地位是较为重要的，更加需要通过一定的行为对银行进行定期或者是不定期的检查，召开经济会议将金融活动的分析和工作进行合理的安排，构建地方政府和企业在金融方面的交流与合作。高职院校工商管理论文

积极的对货币政策进行及时的监督和反馈。高职院校工商管理论文

在基层人民银行的工作中，对该辖区内银行的回避政策的执行情况可以进行一定的监督，针对其中的突出问题和工作的重难点进行一定的分析和指导，及时的提出具有针对性和实用性的方针和政策。高职院校工商管理论文

同时，在进行经济监督的基础上，把握基层银行的运行规律，对当地的龙头企业进行深入的调查和分析，制定金融政策，对各地的经济发展进行及时的沟通和指导。高职院校工商管理论文

(二)基层人民金融管理的内容

金融管理的内容主要是加强反\_的管理、积极地打击\_活动，维护经济活动的秩序保证经济活动的正常开展;加强对人民币的管理，将人民币在流通中的货币结构和票面的结构进行监督，对人民币的回收等活动进行监管;

建立预警机制，在面对风险的过程中可以从容的应对，保证金融体系的平稳运行;建立信贷的监督制度，对企业和单位成员的信贷情况进行及时的掌握，维护金融体系的稳定;对利率进行控制，将利率控制在合理范围内，平衡利率和经济发展的关系，发现问题及时的建立利率机制，保证利率的稳定。高职院校工商管理论文

二、现阶段基层银民银行在金融管理中存在的问题

(一)在金融的法律方面存在欠缺

国家在进行人民人行责任认定的过程中，仅仅是对总章程进行规划，对具体的条款规定的不够细致，这样就造成基层银行在工作中出现对政策的理解出现不够具体的情况，加大了金融管理风险，职能履行的过程中容易出现诉讼的风险，对银行的权威性和国家政策的贯彻具有一定阻碍。高职院校工商管理论文

(二)管理能效较低

基层人行在进行管理的过程中，因为区域的问题，指定的标准出现不一样，就会造成制度效力层较为低下，对其管理的能效造成较为不利影响，难以达到预期目标。高职院校工商管理论文

而且，现阶段的法规在进行人民银行金融管理的要求中具体条款不够明确，使得行政处罚没有相关的法律作为支持，较为容易产生因为管理不明确而出现冲突的现象，导致管理层在进行监管的过程中凸显出管理能力不足的问题，对基层人行职能管理带来较为严重的影响。高职院校工商管理论文

(三)在金融机构的综合评定方面不够全面

金融机构在进行综合指标的评价中，全面性不够，整个企业性质和发展重点掌握得不够充分，使得评价指标建立不够充分和科学，对其质量难以保障。高职院校工商管理论文

基层人行在进行综合评价的过程中，因为重视程度出现不同，在最后的成果形成方面出现一定的偏差。高职院校工商管理论文

同时对证券和金融保险的涉及范围较少，评价的范围广度手受到严重的影响。高职院校工商管理论文

三、针对上述问题提出建议

(一)严格进行法律规范

在国家的法律方面进行规范，提升国家在银行立法方面的地位和影响力，并在法律方面进行明确，增加金融职责的范围和金融治理的作用，将金融的各项措施进行认真的贯彻和执行，赋予人民银行法律职能，让银行可以将自身的政策进行有效的实施，如果出现和银行规范不一致的行为可以通过国家的强制力保证实施。高职院校工商管理论文

(二)提升基层银行管理职能

在对各个分行进行管理的过程中，需要将金融性的文件进行集中的清理和整治，制定国家的统一规范，对各项问题进行集中的治理，明确自身的职能范围，并及时的进行监督和指导，对各级人民银行进行职能部门的规范，这样才能将人民银行自身的职能进行严密把控，及时发现问题并进行解决，从而提升管理部门的职能，更好的对基层的金融机构进行监督和指导。高职院校工商管理论文

(三)对评价体系进行全面的构建

坚持制定全面科学的金融评价体系，将金融评价中的各项问题和各个方面进行综合的考虑，建立完善的金融评级体系，做到在金融评价中的客观完整。高职院校工商管理论文

同时需要制定金融评价的相关规范政策，强化金融机构对政策的执行，合理合规的进行规范的制定，进一步提升基层人民履行职能效能。高职院校工商管理论文

四、结束语

基层银行在进行工作的过程中对国家的各项措施进行贯彻和执行，对经济发展的形式和金融工作进行传达，对工作方针和工作方式进行指导，积极地为调整信贷结构，金融风险的控制等，使得金融发展和当地经济相辅相成，和谐发展。高职院校工商管理论文

参考文献：

[1]吴蔚蓝,周龙.基层人民银行履行金融管理与服务职能的实践与思考[J].甘肃金融,,04:51-52.

[2]薛书明.基层人民银行履行金融管理职能的法理支持与实践探索[J].甘肃金融,,12:18-20.

**管理研究设计论文范文 第四篇**

高效能的城市管理，能优化城市资源配置，扩大城市功能空间，降低城市运营成本，提升城市对资源要素的聚合力和功能的辐射力，促进城市可持续发展。城市管理是基础性、战略性、关联性和源头性的无形资源，不断创新城市管理的理念、体制、机制、模式与手段，就能弥补城市有形空间、有形资源的不足，就能提高有形空间和有形资源的配置效能，降低有形空间和有形资源的配置成本。

党的\_报告提出，要完善政府的经济调节、市场监管、社会管理和公共服务的职能。创新城市管理，为市民提供良好的学习、生活和工作环境，就是政府最大的社会管理和公共服务。20\_年9月13日，总理考察深圳，要求深圳把提高城市建设管理水平作为今后着力抓好的七个重点工作之一。李鸿忠要求深圳的城市管理瞄准欧美、日本、新加坡和香港的经验。市长对深圳的城市管理提出了“科学、严格、精细、长效”八字方针。建设效益深圳离不开城市管理创新，建设国际化城市离不开城市管理创新，拓展城市功能空间离不开城市管理创新，开发无形资源离不开城市管理创新，建设公共服务型政府离不开城市管理创新。

>要重新认识城市管理的对象目的重点

现代城市是一个由经济、社会、环境三个子系统所组成的大型复合系统，经济密集、产业密集、基础设施密集、人口密集、环境密集，人流、物流活跃，为了保持城市正常运作和可持续发展，三个子系统必须持续不断地进行经济再生产、人口再生产和环境再生产。经济再生产的生产性基础设施、人口再生产的生活性基础设施和环境再生产的生态性基础设施就是城市管理的对象。通过对三类基础设施的前置性、综合性管理与服务，为城市创造稳定的经济效益、社会效益、环境效益以及它们之间协调所产生的综合效益，这就是现代城市管理的根本目的。现代城市管理内容复杂，从静态讲，包括生产、生活、环境各类基础设施，从动态讲，它涉及城市规划管理、建设管理和功能管理，规划管理是龙头，建设管理是基础，功能管理是保障。在城市发展不同阶段有不同的管理重点，高速城市化阶段，规划管理和建设管理是重点，再城市化和深度城市化阶段，功能管理、环境管理和社会管理是重点。

创新城市管理要认真研究国内外城市管理模式

目前，国内外城市管理主要有政府包揽型、政府公共管理型、政府分级管理型和政府调控下的市场管理型四种模式。

1、政府包揽模式。这种模式的体制基础是计划经济，城市基础设施和服务的供给实行政府独家垄断，公用企业事业化，公用产品计划化，公用服务福利化，公用资源配置行政化，公共品严重短缺，职工躺在事业怀抱，企业躺在财政怀抱，市政设施效率低下，市政建设长期欠账，公共品和公共服务仅能满足市民最低生活需求，政企不分，政事不分，事企不分，条块分割，行业垄断，机构重叠，政出多门，分散管理，这种模式盛行于前苏东国家和中国的计划经济年代。

2、政府公共管理模式。这种模式的体制基础是市场经济，非竞争性、排他性的市政设施和服务由政府供给和管理，竞争性、非排他性的准公用设施和服务由社会投资、市场化运作、行业化管理，政府在公共品供给和管理上，遵循有所为、有所不为的原则，政府公共管理和服务的职能法定，管理边界清晰，以法律管理和标准管理为主，管理成本低、效益高，属长效型管理。

3、政府分级管理模式。这种模式的体制基础是联邦制分级分权架构，对大型公用设施实施“条条”管理，如联邦政府管理州际公用设施，州政府管理市际公用设施，市政府管理区际公用设施，层层监控、专业化管理。对涉及居民日常生活的公共品与服务由“块块”负责，综合执法、属地管理。这种模式有利于减轻政府管理负担，使政府从琐碎的微观管理中解脱，集中精力抓好城市管理的法规、标准的制定和管理效果的监督，有利于调动市、区、街道、居委会、物业公司、社区公众共同参与城市管理的积极性。

4、政府调控下的市场管理模式。这种模式的体制基础是完善的基础设施市场和强有力的政府宏观调控能力，公用设施和公共服务的市场化与社会化在政府调控范围内，政府通过利率、价格、税收、特许经营权拍卖等方式引导城市基础设施建设布局和发展方向，社会化供给方式包括公办民营、公商合营、私营、专营、BOT等方式，公共品实行政府指导价和价格听证制度，通过基础设施和公共品市场，城市政府以有限财力调动社会资源参与市政设施建设、管理和运营。

>创新城市管理要找准城市管理的“病灶”

目前，制约我国城市管理效能的“病灶”主要体现在以下五个方面：

1、城市管理观念落后。重建设轻管理，重经济效益轻社会效益，重城市建设轻环境保护，重眼前利益轻长远利益，重利益主导轻生态主导，缺乏规划意识与规划缺乏严肃性、权威性并存，城市管理容易受利益驱使，规划向开发让路，环境向建设低头。由于城市管理观念落后，导致“拉链工程”、违法建筑、乱摆卖、乱张贴、乱停乱靠现象不断产生。

2、城市管理体制落后。市政公用设施管理分散在城管、交通、环保、建设、国土、水务、消防等部门，管理机构重叠，政出多门，条块分割，多头管理，责权不明，职能交叉，关系不顺，造成重复管理、无人管理、交叉管理综合症。财权在“条条”，事权在“块块”，“七八顶大盖帽管不了一顶破草帽”，建、管、养一体，等、靠、要并存，僵化落后的城市管理体制严重制约城市功能的发挥。

3、城市管理机制落后。行业垄断、政企不分、政府保护，培养了公用事业单位的优越感和依赖感，市政单位事业性质所形成的铁交椅、铁工资、铁饭碗，使公用企事业单位丧失了激励约束机制，人浮于事，因人设岗，管理不善靠财政补贴，经营不善靠涨价，人头费挤占养护费，以罚代管，罚而不管，以权代法，以情代法等现象兼而有之。

**管理研究设计论文范文 第五篇**

关于公共管理学的优秀论文

政府绩效管理是全新的政府管理模式，政府绩效管理对我国地方政府的发展起到了重要作用。政府绩效管理是政府人力资源管理的重要环节之一，自我国开始实行政府绩效管理以来，有了初步的成果，但依然处于探索与改进阶段。在实际操作过程中出现了不少问题，有待于理论研究的进一步完善，以及实践的检验。因此，分析地方政府绩效管理存在的问题，探索改善绩效管理的对策，是当前我国社会主义市场经济建设和政府管理改革的客观要求，具有重要意义。本文对政府绩效评估的定义、绩效评估存在的问题及解决途径等方面的研究进行综述。

1 前言

绩效原本是管理学家德鲁克用来表示企业成本-收益的经济学概念，而后被广泛应用。学界对政府绩效的外延有基本一致的看法，但是，对其内涵的表达却多种多样，美国国家绩效评估小组认为，绩效管理就是“利用绩效信息协助设定同意的绩效目标，进行资源配置与优先顺序的安排，以告知管理者维持或者改变既定目标计划，并且报告成功符合目标的管理过程”。中国行政管理学会课题组在《政府部门绩效评估研究报告》中指出，政府绩效也称为“政府生产力”、“国家生产力”、“公共组织绩效”、“政府业绩”等，不仅指字面解读出来的政府的成绩和效益，而且包括政府提供公共服务和进行社会管理的表现，以及政府在行使其职能过程中的表现[1]。总之，政府绩效就是政府的行为结果以及行动过程的表现，一般包括绩效评估、绩效衡量和绩效追踪三个阶段，也就是政府及部门根据其价值选择，确定治理工具和行为选择，并对行为结果按照既定标准进行衡量并促使其做出有利于实现组织目标的改变的整个过程。结果导向、顾客导向、市场化导向成为政府绩效感绩效管理的价值追求；关于绩效测量指标有3E，即经济（Economic）、效率（Efficiency）以及效果（Effectiveness）和4E，外加公平（Equity）之说[2]。由此看来目标管理、全面质量管理都可以看成是绩效管理的一部分。

政府绩效一般可以从三个层面体现出来，宏观层面即整个政府的绩效，中观层面即具体政府部门的绩效以及微观层面即政府工作人员尤其是领导行为体现出来的绩效，前两者基本可以统称为政府绩效，后者也就是公务员的绩效，公务员的绩效是政府绩效的基础，而政府绩效又是公务员绩效的升华和体现。从新公共管理发展的历程来看，政府绩效是工具理性和价值理性的统一，其中，值得研究的内容包括政府绩效的价值取向、绩效评估指标体系、绩效主体、绩效预算、绩效程序、绩效结果使用等多个方面。

2政府绩效管理存在的问题

相关的理论研究和实践不足

政府绩效管理这一领域属于世界性难题，很多的内容难以量化，有的甚至不能量化，并且要求研究者有多学科的知识背景——数学、统计学、管理学、经济学、统筹学、概率论、心理学、行政学、法学、战略学、人力资源等等，政府绩效管理还会受到多种因素的制约，错综复杂，研究难、见效慢，加上我国开展政府绩效管理起步较晚，现在基本上处于萌芽状态。

各地实施的政府绩效管理基本上都是盲目跟风，甚至有的地方政府的绩效管理严重偏离政府绩效管理的本源和宗旨。总体上来说目前我国对该领域从基本概念、作用程序、实施原则、实际操作过程以及综合使用等都没形成共识，甚至与公务员考绩混为一谈。由于缺乏系统性的研究和成熟的实践经验致使我国学术界和相关机构对于政府绩效管理的的理论研究和实际应用还处于较浅层次，和发达国家相比仍处于不成熟状态。

制度化、规范化程度不够

我国的政府绩效管理多处于自发和半自发状态，缺乏统一的规划和指导，评估的内容设计和评估构建等几乎都是基于政府本身需要而定，没有客观的衡量标准，更没有形成制度化。有的地方实行的政府绩效评估成绩甚至都是事先定好，然后布置下去，这既反映不了政府本身的问题，更谈不上以社会和公众意愿作为客观衡量标准；再者我国政府绩效评估往往都是短期行为，即使针对一项行为评考也往往是“运动式”的，组织者难以从绩效管理的宗旨角度得到全面的反馈，有的更像是为了应付上级或政治诉求，采取类似“严打”似的政府绩效考评，没有科学、战略性的\'规划。这不仅给下级单位造成负担，有些考评更成了一些人收受礼品、甚至收赂的机会，直接或间接地损害了政府的形象。

在实际应用方面有误区

政府绩效管理是运用科学的方法、标准的程序，对政府的实绩和结果作出正确客观的评价，在此基础上采取有效的措施对政府的绩效进行改善和提高。我们现在的做法更多的却是关注“过程”，而不注重“结果”，只重视“审批”不重视“监管”。对许多领域采取的都是计划性的：在考评内容设计上只要求“计划”的科学合理性，只要设计的好，过程走的对，就算过关[3]。即使出了问题，一般也不会追究后果，因为相关职能部门只看报告做的好就可以了，考核部门也不归他管。这种轻“结果”的方式不仅没有进行合理的考评，更谈不上对政府绩效进行改善与提高。

3 政府绩效管理存在问题的原因

（1）我国的政府绩效评估体制单一，部门的自我评估较少。

群众性参与的评估——也就是所谓的“公民评议政府”，由于信息不对称，不仅无法进行评价，而且各个部门由于考虑自己的利益，无论是材料的收集还是处理分析都存在“暗箱操作”，从而影响整个结果的客观性和准确性。特别是缺乏第三方评估。第三方评估由于多是该领域的专家和学者组成，且这些人大都掌握专业知识，信息面较广，又与被评价者没有利益冲突，更能客观公正地做出评价。第三方评估虽然在部分省市已有了雏形，但相对于成熟、发达的政府绩效管理国家还有很多需要改进的地方。

（2）评估设计的内容和体系不够科学

没有根据政府绩效管理的内涵和国际惯例建立起包括评估原则、指标设计、评估模型、评估技术和方法，缺乏系统和科学性。往往在评价中强调经济指标相对于其他指标的重要性，即使是现在推出的绿色GDP，还是过于狭窄，仍过多强调经济指标。 4 完善地方政府绩效管理的对策

更新地方政府绩效管理观念

地方政府行政的主要任务就是为公共利益服务，为促进社会的快速发展和进步服务，为人民群众日益增长的精神和物质文化需要服务。首先，地方政府管理要把为社会、为公民服务作为政府管理的主要职责和基本理念，树立服务观念。其次，树立责任观念，突出强调公民参与对公共责任保障的意义和作用，必须有一套健全的行之有效的责任机制，将公民参与作为公共责任落实的基础。第三，形成效能观念，解决当前各级政府效率普遍低下的客观要求，同时提升政府的竞争能力，推动和促进地方政府不断快速健康发展。最后，确立公众满意观念，地方政府执政要从人民群众的角度出发，站在群众的立场上，以群众的眼光来考核对方政府管理的成效。

改善绩效管理的制度环境

首先，构建绩效管理的法律制度。绩效管理改进绩效的过程是一个缓慢的持续改进过程，要保证绩效管理改革不断深入发展，就必须把绩效管理改革纳入制度化、法制化的轨道，以确保改革的连续性和延续性。地方政府可以根据当地实情制定科学的法律、法规，用法律约束地方政府绩效管理，以法的力量来推动地方政府行政管理改革。

其次，完善公务员制度。地方政府要以《公务员法》为基本出发点，进行配套法律、法规的制定、修改与完善。一方面应现实需要，将《公务员法》的内容与地方政府管理相结合，制定符合实际的政策、法规[4]。另一方面，完善公务员的考核机制、激励机制、约束机制等相关机制，使之更好的配合政府部门，提高公务员队伍的整体素质。

再次，完善信息公开制度，充分利用现代科技手段，例如建设、业务信息系统、政府数据资源库等内容，提高政府信息化水平，要确保信息传播的及时、畅通与公开，及时公布与公民利益相关的信息，使公民了解政府的执政情况进政府信息的交流与沟通。

完善政府绩效评估体系

首先，建立必要的绩效评估机构，把专门评估和日常评估结合起来。在政府管理部门内部设立评估机构，主要是负责对公共项目实施的检查、回顾和总结，为进一步决策和政策的实施提供依据和建议。此外，在人大建立必要的评估机构，评价和监督政府在公共政策、规范、计划等项目的实施过程及其效果，把评估作为监督政府公共管理的有效手段。

其次，设置客观合理的绩效评估指标。政府绩效评估相对企业绩效评估和公务员个人的评估而丙，涉及面广、因素众多、工作量大，是项复杂的系统工程，因此，全面实施政府绩效管理，就必须要从当地实际出发，从职能履行、依法行政、管理效率、廉政勤政和政府创新等方面合理设置评估指标，建立公民、企业、专家学者、上级政府共同参加的政府评估体系[5]。

再次，运用科学的评估力法，把定性和定量评估结合起来。政府绩效评估是一项系统工程。不仅要进行定性分析和评价，更重要的是引进现代管理学和统计学的科学方法，对政府绩效进行定量分析和考核，从而真正使政府绩效管理走向科学化。 5 结论

政府绩效评估有利于发现政府工作中的缺陷，引导、制约和规范政府行为，提高政府的服务能力。目前我国在政府绩效评估研究领域中，几乎所有较为重要的分支领域都有所涉及,但多数文章过于重视全面性和系统性，偏重于介绍已有的研究成果，对特定领域或选题的深入探讨较少，实证研究也较少。在这个应用性强而基础相对薄弱的领域，想要更有效地指导实践工作，必须进一步在研究的细化和专门化上下功夫。

4参考文献

[1]中国行政管理学会联合课题组:《关于政府机关工作效率标准的研究报告》，《中国行政管理》第3期

[2]彭国甫：《对政府绩效评估几个基本问题的反思》，《湘潭大学学报》（哲学社会科学版）第3期

[3]李阳：《从绩效评估到绩效管理:地方政府管理的转向》，《江苏行政学院学报》第5期

[4]卓越、赵蕾：《绩效评估:政府绩效管理系统中的元工具》，《公共管理研究》第6卷

[5]国家人事部《\_绩效评估研究》课题组：《地方政府绩效评估体系浮出水面》，《当代广西》20第15期

**管理研究设计论文范文 第六篇**

>一、本科管理学案例教学困境

1.教师层面。

（1）教学理念把握不准。由于部分教师对案例教学的盲从，以案例教学贯穿整个“管理学”的授课过程。这些教师完全颠倒了理论教学与案例教学的主次地位，教学的效果可想而知，学生对基本理论与基本知识掌握不牢，起不到应有的效果。（2）案例选择不当。案例是案例教学法的首要条件和关键所在。它是理论与实践相结合的产物，是理论作用于实践的载体，它既是案例分析的出发点，又是案例分析的归宿。如果案例选择得不恰当，相关因素处理得不好，就会降低案例教学的质量，直接影响案例教学的整体效果。授课教师应结合课程所讲授内容及学生受众的实际情况，选择适宜的案例来开展教学。既有助于学生对基本知识与基本理论的应用与掌握，又有助于提高学生分析问题、解决问题的能力，实现案例教学的目的。（3）教师素养欠缺。案例教学是管理学一个实践性很强的教学环节，不同于传统的理论教学，对授课教师有较高的要求。要求授课教师既要具备坚实的理论功底和较高的学术水平，又要具备丰富的教学经验和企业实践经验。但部分教师因为受传统“师道尊严”的思想的影响，害怕授课过程中出错，从思想上不乐于接受案例教学方法。另外，案例教学法从西方发达国家引入我国时间尚短，高校教师在教学实践中积累的经验不足。再加上目前高校从事管理学教学的教师多为经济与管理类相关专业的毕业的硕士与博士研究生，且其中有相当一部分人都是从学校毕业即到学校工作。他们虽拥有较高的学历和学位，从事过相关领域的科学研究工作，但普遍缺乏企业管理的实践经验和丰富的教学经验，难以采用创造性的方式开展案例教学。

2.设施层面。

>二、本科管理学案例教学困境突破

1.建立健全案例教学相关制度。

（1）激励制度。激励机制是否合理，直接会影响到教师的积极性与主动性。案例教学需要授课老师比理论讲授投入更多的精力，编写或选择案例、备课、组织开展案例教学等。因此学校要制定合理的激励制度，以体现对教师劳动的尊重，从而激发教师进行案例教学的积极性与主动性。（2）教学评价制度。案例教学不同于一般的理论教学，因而从评价体系上应区别于理论教学。因此，从学校层面上要制定与之相适应的教学评价体系，形成相应制度。从事案例教学的教师可以在该制度的引导下有效开展教学活动。（3）考核与考试制度。案例教学是一种体验式教学，主要来培养学生分析问题与解决问题的能力。因而对学生学习效果的评价，不能完全依赖于最终的考试成绩，而更多地应关注和评价学生在案例分析过程的参与主动性、发言积极性和团队合作性等方面。因此，应该制定与之相适应的考核与考试制度，采取灵活的考核方式，加大考核成绩在最终考试成绩中的比重等措施，以提高学生参与案例教学的积极性与主动性。

2.加大投入完善教学基础设施。

（1）软硬件设施。软硬件设施是教学的媒介，直接关系到教学的顺利开展与效果。目前，大多数高校软硬件设施比较薄弱，因此应该多方筹集资金，加大投入力度，尽快完善教学的软硬件环境。有条件的高校应建立专用的案例教学场所，比如“管理学案例教学实验室“”管理学模拟实验室”或“管理仿真模拟室”等，同时完善和更新多媒体演示设备、录像演示设备、幻灯片演示设备和案例教学用具等。软件方面购买或鼓励教师编制多媒体授课软件，购买管理定量分析软件、企业管理相关数据库等。有了良好的软硬件设施的支持，就能使学生不出学校，模拟仿真企业的运营过程，将抽象、复杂的理论具体化、直观化，从而可以提高学生的学习兴趣和案例教学的效果。（2）教学案例库。案例是实现案例教学的重要媒介，其质量的高低直接影响教学的直接效果。因此，鼓励授课教师根据授课内容选择合适的案例构建教学案例库是一项必要而紧迫的工作。案例库可以是电子形式，也可以编写案例教材。目前寻找的案例来源于三个方面：第一种从国外引进管理案例，第二种是近年来国内编写的案例教材，第三种是新闻报道、报纸、杂志摘录改写的实例。这三种案例，各自有优缺点。国外案例比较成熟、比较经典，但有文化环境不同的缺点；国内案例大多来自于北京大学管理案例研究中心、清华大学经济管理学院案例中心和大连理工大学管理学院案例研究中心三大中国案例研究中心，但存在数量不足、质量不高的缺点；第三类案例在兼具紧跟时代，把握管理学实践与理论前沿的优点的同时，也具有因时间紧、编撰不全面的缺点。因此，教师在构建案例库选择案例时要考虑案例的本土性、时效性、典型性、针对性、实用性、适应性、理论性和启发性等特点，以使所选择的案例能够发挥最大的效能。

3.加强培训提升教师教学水平。

教师是案例教学的组织者和引导者，其案例教学水平的高低，直接决定着案例教学成败。但高校绝大多数教师都是走出校园就走上讲台，成了授课教师。学历虽然很高，但缺乏企业实践经验。而且许多讲授管理学的教师大多数是经济、管理类研究生毕业，不同于正规师范院校毕业生接受过教学法等方面的培训，在授课经验方面也比较欠缺。因此，学校应该创造条件，多途径培训教师，以提高其教学水平。可以组织进行教学观摩活动，向教学经验丰富的老师学习；可以选送优秀教师到国内知名院校进行短期的培训学习；可以聘请企业管理人员共同来开展案例教学活动；还可以选派教师到企业，在管理的实践中收集典型案例以丰富管理案例教学内容，提高案例教学质量，达到教师与企业管理人员的双向沟通、优势互补，以丰富教学经验。

4.创造条件提高学生适应能力。

大学生因为缺乏社会阅历，导致对案例教学活动参与的积极性和主动性不高。因此，学校要创造条件，努力提升学生的适应能力。首先，学工办和辅导员要引导学生多参与各种校园活动，通过活动的开展，激发学生的参与兴趣和合作精神；其次，利用寒暑假期，鼓励学生利用各种途径参与社会实践活动，丰富自己的社会阅历；再次，利用各种社会资源，多途径与企业合作，建立校外教学实习基地，为学生实习活动的开展奠定良好的基础。总之，虽然目前本科生管理学案例教学存在诸多困境，相信通过学校相关制度的制定与完善、加大教学设施投入力度、提升教师教学水平和提高学生的适应能力等措施，一定能突破目前的教学困境，帮助学生理解和掌握管理基本理论与基本知识，提升学生的实践能力，使管理学的教学质量与效果取得较大的成效。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn