RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张涛

A3 齐捧虎

PB 西北大学

T1 CT智库发展战略研究

CL 硕士

YR 2018

K1 智库;发展战略;SWOT组合分析法;战略车轮

think tank;;development strategy;;SWOT;;strategic wheel

AB 党的十八大以来,我国从推动全面深化改革,加强民主政治制度建设的高度,提出要加强中国特色的新型智库建设并出台了相关实施意见。在党和国家倡导下,各级党政机关、科研院所以及社会机构纷纷提出创建智库的目标要求,各类智库犹如雨后春笋般纷纷成立。这对于在陕西省本土成长起来的CT智库而言,尽管过去在服务党委、政府决策取得了丰硕的研究成果,发挥了重要的影响力,但在党和政府全力推动智库建设的新形势下,党政机关、科研院所、高校等智库体系不断建立和完善,在一定程度上构成CT智库在服务党委、政府决策市场的潜在威胁。在新的历史起点上,准确判断自身发展的条件,分析所处的内外部环境,重新研究选择制定CT智库新的发展战略尤为重要而迫切。智库作为创造思想,提供思想支持,服务决策咨询的非营利性组织机构。本文研究在借鉴企业战略管理的相关理论的基础上还对非营利性机构相关理论和研究成果进行了研究借鉴。当前,国内有关智库研究的理论也多是学习借鉴国外智库建设的经验方法,但国外一些方法却与中国的国情不相适应。在战略管理理论中借鉴企业的战略管理方法也因为一些方法以利润和现金流作为指标而无法直接应用。因此,本文选择以PEST分析法和SWOT组合分析法作为战略工具,并建立了SWOT模型,对CT智库的宏观环境和内外部环境进行了系统分析,认为CT智库面对大量的潜在竞争者,保持业已形成的优势和影响力,制定实施新的发展战略,一定能够适应党和国家在新的历史发展时期的需要。本文还通过建立“战略车轮”来直观的表述CT智库的战略构想及实现战略使命的支撑。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李璐璐

A3 张焱宇

PB 国际关系学院

T1 浅析蓝普顿的中国研究及其影响

CL 硕士

YR 2018

K1 蓝普顿;中国研究;影响力

Lampton;;China Study;;Influence

AB 蓝普顿(David Michael Lampton)现为约翰·霍普金斯大学尼采高级国际问题研究院中国项目主任,是当代知华派学者群体的一个标志性代表。以蓝普顿为代表的知华派学者在美国外交决策过程中占据一席之地,了解其思想观念有助于我们知彼知己、全方位看待问题;了解其研究特点和方法有助于我们为自身智库建设提供参考;分析其对美国对华决策的影响及变化趋势可为我们做出有利有效的决策提供参考。蓝普顿于1966年开始研究中国,先后辗转了六个工作岗位。在52年研究生涯里,蓝普顿的中国研究始于斯坦福大学、盛于美中关系全国委员会、终于约翰·霍普金斯高级国际问题研究院,历经了形成、成熟、发展三阶段。他的研究先是源于个人兴趣而聚焦中国公共卫生政策;后在中美实力变化的背景下,开始利用“职务之便”借助智库平台,逐步探索中美关系发展之道;随着世界格局演变加剧,进而追踪对世界权力格局产生深刻影响的中国力量变化,并在研究过程中逐步塑成中美“应当继续寻求合作”的对华政策态度。由此,笔者将蓝普顿中国研究侧重点的调整和变化,置于个人经历、中美关系发展及时代背景变迁三个不同层次下进行考量。作为第三代知华派学者的典型代表,蓝普顿在美国对华决策中的影响力处于下降态势。究其影响因素,既有个人原因——被认为是亲华派、常年囿于象牙塔而不向决策圈靠拢,也无法摆脱美国国内政治生态的限制——政府与学界之间存在传递政见的鸿沟、官僚政治特点愈发突出以及新一代知华派学者崛起等,上述种种都制约了以蓝普顿为代表的第三代知华派学者发挥对华决策影响力。蓝普顿在研究中国时多从现实主义视角出发,重视中国文化、国内因素与个人因素在国际关系中的作用,采用了包括田野调查、个案分析、动态和比较研究、层次分析、访谈、跨学科等多种研究方法,对后人做国际关系研究具有借鉴意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 孟莉莉

A3 孙凯民

PB 内蒙古大学

T1 治理能力现代化视域下我国民间智库的能力建设研究

CL 硕士

YR 2018

K1 治理能力;民间智库;决策咨询;能力建设

governance ability;;private think tank;;decision-making consultation

AB 党的十八届三中全会《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》提出:“全面深化改革的总目标是完善和发展中国特色社会主义制度,推进国家治理体系和治理能力现代化。”因此,实现有效的治理就要有强大的智力支持系统提供具有科学性、前瞻性、创新性的思想支撑。目前我国的智库主要分为四类,即党政军智库、科研院所智库、高校智库和民间智库。相比其他三者,民间智库虽然起步晚,但所具有的开放性决定它更能够贴近民生来参与政策决策以弥补官方智库的局限性。近年来,随着党和国家治理方式和治理理念的创新,民间智库得到了蓬勃发展。在“质”上,有些民间智库在国际上都有着强大的影响力;在“量”上,民间智库凭借其较低的准入门槛,发展势头很猛。但在治理能力现代化实现过程中,民间智库的能力建设主要存在组织结构问题、参与公共决策水平问题、成果推广能力问题和研究人员水平问题。因此本文以察哈尔学会作为我国民间智库的典型案例,通过个案分析,梳理了我国民间智库能力建设过程中取得的成果以及遇到的瓶颈和障碍,并针对民间智库在实现我国治理能力现代化的能力构成的主要方面提出了相应的对策建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 温佳灵

A3 田山俊

PB 内蒙古大学

T1 美国大学智库核心竞争力形成机制及其启示

CL 硕士

YR 2018

K1 美国大学智库;核心竞争力;形成机制;中国特色新型高校智库

American university think tank;;core competence;;formation mechanism;;new think tank in university with Chinese characteristic

AB 大学智库是智库中独具特色的一个类型。大学智库立足大学的资源优势,以为政府提供政策咨询为宗旨,在日益复杂的国内外政治环境中为提高政府决策的科学化水平发挥着重要作用。现代意义上的智库起源于西方国家,就世界大学智库而言,首屈一指的就是美国的大学智库。美国独特的政治环境孕育了世界一流大学智库。由于中美国情迥异,我国大学智库在学习借鉴的同时必须构建起适应我国国情具备核心竞争力的大学智库。本文力图通过对美国大学智库核心竞争力形成机制的探析,从中探寻适合我国大学智库发展实际的精髓。美国大学智库的核心竞争力主要由独立的运营模式、多样的人员构成、广阔的成果推广渠道和国际化的发展视野四个部分构成。美国大学智库核心竞争力的形成离不开两个方面因素的共同作用:一方面是内部组织管理,其中包括人才引进激励机制、多渠道的资金来源、高质量的研究成果、积极履行社会责任;另一方面是外部环境驱动,其中包括学术环境、政治环境、信息网络环境、媒体环境等。全面提升我国大学智库的核心竞争力是中国特色新型高校智库建设的重要内容。借鉴美国大学智库的发展经验,有助于推动中国特色新型高校智库又好又快地发展,进一步提高政府治理水平。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 朱文达

A3 张云霞

PB 江南大学

T1 马克思主义系统观视域下我国高校智库建设研究

CL 硕士

YR 2018

K1 马克思主义系统观;智库;高校智库;建设路径

Marxism system;;Think tanks;;University think tanks;;Construction path

AB 在中华民族走向伟大复兴的历史进程中,智库的作用愈发凸显。新时代新挑战,智库建设的水平关乎我国经济社会的发展。智库既可服务于政府决策,又能为社会建设做贡献,是实现国家治理体系和治理能力现代化的重要手段,是形塑国家软实力的重要工具。高校智库的独特优势,有效弥补了传统智库的不足,正日益成为中国新型智库建设中不可或缺的构成元素。近年来,我国高校智库快速发展,在国内外都拥有着一定的影响力。但当前高校智库在建设过程中面临着诸多困境,主要表现为研究能力不足、联动性不强、研究成果贡献率与影响力不大、外部环境支持力度不够等问题。究其原因,有以下几点,研究人员没有深入社会,理论与实践脱节;高校智库内部之间缺少沟通,高校智库协同意识较弱;指导思想模糊,难以发挥决策咨询功能;社会大众缺乏对高校智库的了解,导致对高校智库建设的重要性认识不到位。因此需要马克思主义系统观指导我国高校智库的建设,一是明确我国高校智库建设的指导原则,坚持以马克思主义理论为指导,体现中国特色社会主义新时代特征,恪守政治规矩,服务人民群众。二是高校智库研究能力建设,提高研究人员综合素质,组建新型研究团队,增强高校智库决策咨询能力。三是高校智库结构建设,整合高校智库内部资源,促进高校智库协同发展,加强国内外高校智库联系。四是高校智库功能建设,提高研究成果质量,明确政府决策需求,扩大社会影响力,构建中国话语体系。五是高校智库外部环境建设,加大政策支持,拓宽资金渠道,营造学术氛围,树立智库意识。论文基于中国国情,立足社会大众的实践,用马克思主义系统观指导我国高校智库建设,一方面能够丰富高校智库建设的理论基础,另一方面能为我国高校智库的建设提供相应的建议,从而加快高校智库的建设步伐,为我国软实力的提升提供支持与帮助。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 吴娣妹

A3 程刚

PB 安徽财经大学

T1 面向高校智库的知识服务模式研究

CL 硕士

YR 2018

K1 高校智库;知识服务;知识服务模式;协同化;集成化

University think tank;;knowledge service;;knowledge service mode;;Synergetic;;Integration

AB 我国高校智库的社会影响力逐渐上升,受到政府、高校和学术界广泛关注。历年来,我国政府相继颁发各项法律文献支持其创新发展,并将其视为服务社会、政府、校企和公众的一股重要力量。但随着社会需求不断提高、知识服务市场竞争加剧,我国智库在建设和发展方面仍存在着诸如知识资源问题、人力资源问题、技术资源问题等,使得高校智库的发展受到限制,警示我国发展和研究面向高校智库的知识服务理论和实践迫在眉睫。目前,我国高校智库在数量和质量上均有所提高,对各种知识的需求也相应提高,需求层次更不仅局限在传统层面,对一些创新知识和服务的渴望较大。另外,国家明确提出要加强高校智库建设,以此促进各地区高校智库创新发展,发挥其咨询服务和政策建言价值。因此,文章采取“定性-定量”组合方式,研究面向高校智库的知识服务模式具有一定的理论意义和实践意义,并在提高其服务效率和社会影响力上起到至关重要的作用。首先,本文从智库的内涵和分类,高校智库的内涵、功能和特点,知识服务的的概念和特征,知识服务模式的概念等方面,探讨智库、高校智库、知识服务和知识服务模式的基本理论,从知识生命周期理论、开放获取理论、协同创新理论和新公共服务理论去探讨面向高校智库知识服务模式理论基础。然后,笔者从阶段性发展和政策性发展两个方面阐述面向高校智库的知识服务发展状况,探讨面向高校智库知识服务的现有模式,并分析现有模式存在的不足之处。其次,笔者通过问卷调研的形式,以高校智库为调研对象,调查高校智库在建设和服务过程的知识需求,同时以高校智库及知识服务机构为调研对象,调查面向高校智库的知识服务影响因素。最后,笔者根据前文的研究,分析新建模式具备的特点,构建了新型的面向高校智库的协同化集成式知识服务模式,指出新模式具备的优势,并提出面向高校智库的知识服务模式实现的对策。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王龙

A3 霍春龙

PB 兰州大学

T1 广州市智库参与地方政府决策过程中的问题与对策研究

CL 硕士

YR 2018

K1 智库;政府决策;问题;对策

Think tank;;Government decision;;Problem;;Solution

AB 智库作为知识集中度高、智力资源丰富的组织,越来越受到各级政府的重视,逐渐成为政府决策的重要参与力量。当前,智库参与政府决策的绩效并不理想,在参与政府决策的过程中还存在一些问题和障碍,尚未发挥出应有的作用。通过回顾前人的研究成果,从智库、地方政府和政府决策等基本概念切入,阐述广州市不同类型智库的基本情况和特点,梳理其参与地方政府决策的形式、内容和取得的绩效。在此基础上,运用参与式治理理论和政策过程理论,从5个维度分析当前广州市智库在参与地方政府决策过程中存在问题,即:参与主体方面存在的参与角色定位不清、参与动力低、参与能力不强的问题,参与形式方面存在的参与载体不完善、参与渠道不通畅、参与流程不明确的问题,参与内容方面存在的课题研究重复化同质化、短平快研究与基础型研究存在不协调、跟进式研究与开创型研究存在不平衡的问题,参与绩效方面存在的影响城市重大发展战略的绩效不足、参与政策执行落实的绩效不足、参与政策评估问效的绩效不足的问题,参与保障方面存在的经费保障、制度保障、数据信息保障不够的问题,并对问题进行原因分析。围绕这些问题及原因,从5个方面提出有针对性的对策建议,即:通过加强对智库建设发展的管理引导、激发智库的研究活力、加强智库人才队伍建设,激发智库作为政府决策参与主体的活力;通过完善智库参与地方政府决策的平台载体、畅通思想产品输送和成果转化渠道、明确智库参与政府决策的流程,丰富智库参与地方政府决策的形式;通过完善课题研究协同机制、建立和完善研究成果评价体系、提升智库创新意识和水平,拓展智库参与地方政府决策的内容;通过提升智库参与和影响城市重大发展战略决策的绩效、参与政策执行落实和评估问效的绩效,提升智库参与政府决策整体绩效;通过强化经费保障、制度保障、数据信息保障等,提高智库参与政府决策的保障水平。通过这些对策建议,以期为帮助解决广州市智库参与地方政府决策过程中的问题、促进智库更加有效参与地方政府决策,提供一点思路。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘倩

A3 王国新

PB 新疆大学

T1 新疆新型智库建设研究

CL 硕士

YR 2018

K1 新疆;新型智库;建设现状

Xinjiang;;the new think tanks;;current situation

AB 习总书记在十九大报告中强调,要加强中国特色新型智库建设。随着我国特色社会主义进入新时代,国家治理体系改革进入“深水区”,现阶段对于先进理论与强大智力支持的需要更为迫切。当下“一带一路”战略备受国内外关注,而新疆维吾尔自治区作为“一带一路”战略发展的重要区域,迎来了新的发展机遇与挑战。但新疆作为西部欠发达地区,人才队伍与智力支持建设愈显重要。智库作为体现国家及地区软实力的新兴力量,凝聚着先进智慧和优秀人才,在助力政府科学决策、实现国家治理体系及治理能力现代化、贯彻五大发展理念深入人民意志等方面发挥着重要作用,建设中国特色社会主义新型智库是新时期面临的新任务,需要全国人民从理论和实践的角度深入探索。基于此,本文通过查阅相关文献及对新疆智库组织的实地走访,首先从宏观上梳理智库的发展脉络,总结其发挥的重要功能;其次结合区域实际,阐述新疆智库的发展历程、建设现状、主要类型及其影响决策的主要途径;再者对新疆智库建设面临的竞争力有限、发展环境受限、自身建设不足等问题进行论述;最后以国家战略发展目标及新疆的发展目标为出发点,从精准定位、完善支持机制、加强自身建设、借鉴国内外智库经验等四个方面提出促进新疆智库建设的发展建议。本文旨在通过深入了解新疆智库建设现状,总结新疆智库服务本土经济建设及社会发展的实践经验;分析地方智库建设的不足,明确未来的建设方向,提升新疆智库专业能力和影响力,推动其自身发展,增强其对区域发展的贡献力。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王卫

A3 杨路平

PB 沈阳师范大学

T1 地方政府对社会智库管理问题研究

CL 硕士

YR 2018

K1 地方政府;社会智库;管理

Local government;;Social think tank;;Managemen

AB 我国现阶段中国特色新型智库体系的时代背景下,社会发展和政府科学决策过程中社会智库扮演的角色越来越重要。我国政治现代化的发展与我国民主政治的进程直接相关,而社会智库在这一过程中发挥着重要的作用,对于推动我国政治科学化、民主化起着积极的作用。然而我国现代意义上的社会智库管理发展环境整体不完善,起步较晚,并且社会智库自身管理方面存在问题,所以我国社会智库的管理并没有达到十分理想的状态。随着中国改革开放和社会主义市场经济的快速发展,给中国社会带来了巨大的变化,地方政府对社会智库管理过程中出现了许多新的问题。这些不断涌现的情况,也在一定程度上加大了地方政府对社会智库管理任务的复杂性。鉴于此,本文一共通过五个章节的内容进行阐述。首先提出的是引言部分,主要指出本文的研究背景、研究意义与国内外综述,然后说明本文写作研究的思路,最后说明采用的研究方法以及有哪些创新点以及不足。第二章通过结合地方政府对社会智库管理的的相关内涵界定,对地方政府和社会智库的联系,必要性等方面进行阐述。第三章主要阐述我国地方政府社会智库管理的现状、问题及成因,通过指出地方政府对社会智库管理存在的问题,进一步的分析了管理过程中问题产生的原因。第四章是对国外关于地方政府对社会智库管理的做法及经验启示,通过讲解国外地方政府管理社会智库的做法,从案例中获得对我国社会智库管理的经验启示。最后一章主要论述的是在加强我国地方政府对社会智库管理过程中的相应措施。通过针对产生的问题,进一步探究了地方政府和社会智库这两个主体需要采取的措施进行梳理。论文的最后是结论,主要对全文进行归纳和概括,总结并提出了本篇论文研究的不足之处和未来需要加以研究的方向。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 吴雅威

A3 魏来

PB 东北师范大学

T1 图书馆在国家智库建设中的作用、价值及框架构建研究

CL 硕士

YR 2018

K1 国家智库;图书馆;数据共享空间;功能建构

National Think Tanks;;library;;Data Commons;;Function Structure

AB 如今,世界各国都在大力进行政治、经济、文体等方面的发展和建设,在面临不断改革和完善建设过程中出现的种种问题,往往依赖于国家智库的主导,以之去克服和解决各类问题,攻克各关壁垒。因此,有关智库的发展和研究,包括理论、实践和技术等方面已成为当今各界学者关注并钻研的主要课题,国家智库建设的强弱直接影响到国家机构的决策力是否达到最佳状态,进而决定产生的社会效能是否达到最大化。尽管大国智库在近年来发展的过程中困难重重,但作为国家战略却意义重大,势必砥砺前行,所以,国家智库的建设更是依靠各方鼓励和支持。本文主要研究图书馆在国家智库建设中的作用、价值和实施途径,并提出改善建议。通过文献调研法、案例调查法搜寻和整理国内外和智库理论与实践研究有关的材料,详述近年国内外智库发展中的改革历程、应用领域、功能和缺陷不足。然后界定智库及分析和其他相关概念,包括智库、data commons(DC)、图书馆data commons、智库data commons等,继而分析图书馆和智库及图书馆DC和智库DC的关系。通过向智库、图书馆和用户发放调研问卷,采集对于图书馆参与智库建设的需求和建议,从典型案例分析其作用与价值,归纳现有图书馆智库平台构建、人员输送和培养、业务往来和交流等特点,提出改进建议包括平台功能、服务、资源调配、人员管理等方面。最后挖掘图书馆在智库建设中的作用和价值,并围绕着图书馆智库服务中出现的一些问题提出整体服务框架构想,包括构建计划和措施及各模块的实现和保证等,并描述图书馆DC的功能服务,并论述其功能。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 周子茵

A3 赵豪迈

PB 陕西师范大学

T1 “一带一路”新型智库平台大数据管理服务体系建设研究

CL 硕士

YR 2018

K1 “一带一路”智库;大数据平台;管理服务体系

"The Belt and Road"think tank;;Big Data;;Management service system

AB “一带一路”已上升为国家战略,中国特色新型智库建设也成为学术界研究的热门领域,伴随着大数据时代的到来,对智库的发展提出了新的挑战。“一带一路”新型智库建设方兴未艾,本文拟在“一带一路”倡议的大背景下,以“一带一路”新型智库平台为依托,将事实数据、专家智慧和工具方法进行有机结合,在借鉴国内外著名智库平台大数据管理服务体系建设经验与成果的基础上,重点探讨该体系的具体建设问题。十九大报告指出,要“加强中国特色新型智库建设”、“加快建设制造强国,加快发展先进制造业,推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合。”用大数据技术助力中国特色新型智库建设与发展,使中国特色新型智库的建设与国家“一带一路”倡议的落实共同推进。目前“一带一路”沿线国家的智库已通过联合举办论坛和学术讨论等方式展开新的合作。本文结合文献研究法和经验总结法,在已有研究成果和实践经验的基础上,力图在研究视阈与研究内容方面有所创新,将大数据与新型智库建设、“一带一路”倡议进行有机结合,从智库平台的信息资源建设、专家管理和技术支撑三方面综合考虑。文章共分为六个部分,具体安排如下:第一章为绪论,阐述选题的背景与意义,并进行国内外研究综述,明确本文的研究思路、方法与创新点。第二章对相关概念加以界定。第三章借鉴了国内外著名智库平台大数据管理服务体系建设的实践经验。第四章详述该体系的构成与关键要素,第五章依托“一带一路”大数据管理服务体系的构建,提出具体建设举措。最后一章得出主要结论并进行研究展望。在实践经验借鉴方面,兰德公司、布鲁金斯学会等世界著名智库在大数据信息资源管理、专家管理和智库的大数据技术应用上都取得了值得借鉴的先进经验。与此同时,国内的“一带一路”大数据中心、中国人民大学重阳金融研究院等都是我国目前“一带一路”大数据智库发展较为迅速的典型代表。通过分析比较,进而探索出适合我国国情的智库平台大数据管理服务体系。“一带一路”新型智库平台大数据管理服务体系,主要集成信息资源管理体系、专家管理服务体系和技术支撑管理体系三个子系统。该体系将以信息资源管理服务体系为基础,以专家管理服务体系为重点,以技术支撑管理体系为抓手,其服务对象既包括了政府、企业,又涵盖了需要智库服务的个体。“一带一路”新型智库平台大数据管理服务体系在具体建设、实施过程中,应从以下几个方面着手:首先要进行顶层设计,体系建设需树立大数据思维,抓住当下政策支持,明确建设路径。数据已经成为一种重要资源,是否具备大数据的思维是当今时代新型智库建设与转型的关键要素。信息资源管理体系的建设需建立各种专题数据库,完善智库平台信息资源开发与合作,通过宣传与推广提升其国际影响力;专家管理服务体系的建设要充分发挥“专家智慧”,保证智库研究人员在构成上多领域、多层次,以及建立灵活的人才管理机制,畅通人才流通渠道,有明确的考核和激励机制;技术支撑管理体系需在保证大数据安全的前提下,深化应用大数据相关关键技术。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 龚竞雄

A3 唐晓阳

PB 中共广东省委党校

T1 地方政府参事室发挥智库作用研究

CL 硕士

YR 2018

K1 参事室;智库;决策咨询

advisory office;;think tank;;decision consulting

AB 现代智库自19世纪出现以来,因其在决策咨询方面发挥的重要作用,逐步受到各国重视,成为国家软实力的重要组成部分。目前,我国正处于社会转型阶段,全面深化改革的形势对智库提出更高要求党的十九大报告指出,中国特色社会主义进入了新时代,对智库建设更是提出新要求。现在智库在咨政、启民、孕才、划谋等各个方面发挥作用。我国自建国以来就注重对现代智库的培育,但因为我国智库的发展时间较短,智库作用的发挥较于西方发达国家智库仍存在差距,这就需要国内更多的研究者投到对其的研究中。地方政府参事室作为政府官方智库重要组成,其咨询性与统战性的特质是发挥智库作用的重要来源,对参事室发挥智库作用的研究兼具理论和现实意义。本文以地方政府参事室为研究对象,通过梳理地方政府参事室历史沿革和一般职能,分析地方政府参事室发挥作用的机制,提出地方政府参事室发挥智库作用主要体现在其公共决策重要咨询功能、反映社情民意平台功能、人才智力汇聚平台功能和广泛联系统战联谊功能等四个方面,其中决策咨询功能是其发挥智库作用之魂。并运用实证分析方法,以具有典型代表性的广州市参事室为例,剖析广州市参事室发挥智库作用的现状,分析其在发挥智库作用中的存在的问题,提出是受到工作机制、调研过程、决策者理念、成果转化渠道、交流通道等多方面因素制约所致。最后,通过借鉴美国智库建设经验,从完善参事组织管理体制、提升参事咨询决策水平、畅通咨询成果转化渠道、提高决策者的重视程度和加强机构间的交流合作等方面讨论探索地方政府参事室进一步发挥智库作用的对策和思路。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 孙筠

A3 郑荣

PB 吉林大学

T1 基于协同创新理念的产业智库联盟构建及其运行模式研究

CL 硕士

YR 2018

K1 协同创新;产业智库联盟;运行模式

Synergistic Innovation;;Industrial Think Tank Alliance;;Operation Mode

AB 智库普遍以智囊团、思想库的概念被接受,以决策为导向提供政策研究和咨询服务。关于智库联盟的分类,《2015中国智库年度发展报告:盘点各类智库特点》中将智库联盟分为以下几种类型:行业性智库联盟、主题类智库联盟、区域性智库联盟和国际智库联盟,现有智库联盟的性质多是地方性和主题性的,组成部分多为数个智库的集合,产业方面的智库联盟还比较少见。国家“十三五”规划中提出了“推动建立智库联盟”,这为智库联盟的发展提供了丰沃的土壤。现阶段产业智库联盟的构成主体较为单一,导致所提供的服务种类和实现的功能不够全面,存在供需不平衡的情况。基于上述现状,本文将运用协同创新理念重新构建产业智库联盟并探讨其运行模式以及实施的保障对策。首先,本文对现存的产业智库联盟进行调查,从国外和国内分别选取了美国教育政策研究联盟和新闻出版产业新型智库联盟作为典型案例。通过分析其基本概况、可吸取的经验以及存在的问题,为构建产业智库联盟提供参考。接着本文基于协同创新理念对产业智库联盟进行构建,在梳理了构建思路的基础上提出构建主体和实现目标,搭建出基于协同创新理念的产业智库联盟的模型框架,包括元素层、组织机构层、操作层、服务层和目标层。元素层为构建主体;在组织机构层中各元素组建虚拟组织单元;在操作层中各虚拟组织单元分别扮演不同角色提供不同支持;在服务层中结合多元渠道对多元化服务主体提供多元化服务内容;目标层始终贯穿于产业智库联盟的构建中,包括核心目标、附属目标以及边缘目标。具体的协同创新体现在目标协同、组织协同创新、操作协同创新和服务协同创新中。其次,详细分析了产业智库联盟的运行模式,把产业智库联盟的运行成长阶段分为初创期、成长期和成熟期并就每个阶段中产业智库联盟的表现逐一进行阐述;分析了产业智库联盟的四种运作产出模式包括问题导向型、项目导向型、公共产品导向型和预见性导向型运作产出模式,通过服务对象、服务渠道和服务内容三个方面分析了产业智库联盟的服务模式。接着,从五个方面展开论述了产业智库联盟构建的保障对策:加强产业方面和智库方面的政策和制度保障建设;加大政府力量和社会力量的资金保障建设和产业智库联盟自身的资金输出保障;大力引进优秀人才、加大人才培养力度以及增加人才待遇、福利保障和竞争考核激励,加强与时俱进的技术学习和加强国际间的技术交流;加强舆论保障建设;以及提高服务保障建设。最后,得出相关结论以及提出研究展望。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 梁丽

A3 张学福

PB 中国农业科学院

T1 中国国家级农业智库建设研究

CL 博士

YR 2018

K1 国家级农业智库;博弈论;影响因素;模型构建;对策建议

National agricultural think tank;;Game theory;;Influencing factors;;Model building;;Countermeasures and suggestions

AB 本文对中国国家级农业智库的建设问题进行研究,首先,选择国际典型成功案例,对比分析国内外智库建设特点和经验;其次,通过中美农业智库建设对比研究,深入分析中国农业智库建设中存在的问题;第三,基于博弈论理论,分析中国国家级农业智库建设的主要影响因素;最后,构建中国国家级农业智库建设的框架模型,为中国国家级农业智库建设实践提供具体可行的理论指导。研究成果的创新性主要表现在:(1)基于博弈论理论,从全新的科学视角,结合中国国家级农业智库的自身特点,对中国国家级农业智库建设的影响因素进行分析。研究发现,中国国家级农业智库建设的主要影响因素有:国家需求,政府行为,资源要素(高层次农业专家、海内外农业数据、合作交流对象等),农业信息技术,同业竞争,机遇(偶然)因素。中国国家级农业智库建设的博弈问题,主要是高质量农业智库成果与政府支持、农业智库成果总产出与企业技术支撑、中国国家级农业智库机构间竞争合作的博弈问题,只有当政府对国家级农业智库成果评价高于国家级农业智库机构对自身成果的评价时,政府才能接受国家级农业智库的高质量成果,达到两者的博弈均衡;当考虑进成果总收益,会出现农业信息技术支撑国家级农业智库研究的纳什均衡;在完全契约条件下,只有引入合作交流奖惩机制,国家级农业智库机构间的博弈才会出现纳什均衡,在不完全契约条件下,不同国家级农业智库机构间的博弈问题主要是谁主导剩余权的问题。(2)基于理论研究和实证研究分析结果,构建中国国家级农业智库建设框架,为中国国家级农业智库建设实践提供理论依据和方案蓝图。研究发现,中国国家级农业智库的目标定位为服务国家农业发展战略,推动全球农业事业发展。中国国家级农业智库的核心功能任务包括国家农业发展战略决策咨询,农业经济科技发展战略研究。建设一家能够充分发挥功能作用、实现其发展目标的中国国家级农业智库机构,应该从功能目标定位、管理模式、机构设置、制度保障几个方面进行,构建了中国国家级农业智库建设的框架模型,为中国国家级农业智库建设实践提供了具体可行的理论指导。本研究一方面作为理论研究为相关领域科研提供思路,特别是国家级农业智库建设,农业科研机构评估,农业情报分析,政府公共决策等领域;另一方面将为农业科研机构的高端智库建设和评估提供政策思路,为政府部门对农业智库建设支持提供决策依据,为我国农业智库整体建设水平助力,提高我国对前瞻性、重大性、战略性、储备性的农业政策的科学制定能力。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王力

A3 钱再见

PB 南京师范大学

T1 中国特色新型智库在政府决策中的影响力研究

CL 硕士

YR 2018

K1 新型智库;政府决策;影响力;治理;知识运用;政策网络

New Type of Think Tanks;;Government Decision-making;;Influence;;Governance;;Knowledge Utilization;;Policy Network

AB 世界范围内的竞争带动了知识、智慧的竞争,行政决策活动也离不开“谋”与“断”的合理分工。在经济全球化、社会信息化的环境中,中国的崛起给世界发展带来深刻影响的同时,也需要植根中国国情和发展实际的新型智库向世界发声。在改革开放40年之际,为全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴的“中国梦”,加快建设中国特色新型智库被提至新的政治高度。毋庸置疑,不论是国家发展的战略需求,还是更广泛参与全球性思想市场的需要,都表明中国特色新型智库是未来发展不可忽视的重要主体。随着中国特色社会主义理论不断成熟,治国理政新思想、新战略日益完整,为更好的推进国家治理体系和治理能力现代化,决策咨询的作用得到关注。而决策咨询的现代化正需要新型智库予以支持,毕竟,智库在任何国家、地区都是决策咨询的重要主体,是推进政府决策科学化、民主化的重要力量。面对复杂社会环境下诸多政策制定与调整方面的问题,中国特色新型智库始终以影响政府决策为首要目标,希望借助向决策层提供“智力产品”的机会对社会运行产生思想影响,并最终发挥资政辅政、启迪民智、平衡分析和汇聚人才等方面的作用,在实现自身影响力构建的同时,进一步推动国家话语权的提升。因此,加强对中国特色新型智库影响力的研究是摆在理论界面前的现实课题。本文从治理理论、知识运用理论和政策网络理论出发,立足国情,分析中国特色新型智库在决策咨询、交流对话和政策网络中对政府决策形成影响力的现状。基于此,虽然新型智库影响力的发展前景乐观,但也受到政府决策体制的制约:政府咨询项目的“闭合循环”、政府信息传输渠道的单向性、权责结构不清;也面临新型智库自身发展的困境:独立发展空间有限、高水平领军人才缺乏、研究成果转换效率和营销思维不足;还存在来自智库与媒体、社会组织和社会公众互动、合作和交流过程中的问题。此外,笔者就上海社会科学院展开个案研究,加强课题论证的说理性。最后,针对制约因素提出在治理进程、知识运用和政策网络中的可行性路径,企望实现我国新型智库影响力的提升,切实保障我国政府决策的科学化和民主化。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王艺璇

A3 刘甲学

PB 黑龙江大学

T1 我国高校智库影响力评价指标体系构建

CL 硕士

YR 2018

K1 高校智库;影响力;评价指标体系

university think tank;;impact;;evaluation indices system

AB 在我国智库构成当中,高校智库承担着重要的比例,深入研究高校智库能够进一步推动我国高校智库的发展和建设进程,不断增强我国的整体软实力和竞争力水平,因此当前阶段正是高校智库迅速发展的重要时期。近年来,中国高校智库发展迅速,各大高校在国家政策的大力支持下,纷纷响应号召建立高校智库,其影响政策决策的能力和社会引导能力正在逐渐增强。然而,在飞速发展的大环境下,我国高校智库领域暴露出了诸多问题,依赖国家政策,质量提升跟不上数量的增长,缺乏针对性评价机制,智库影响力小等问题频频出现,阻碍着我国高校智库的良性发展。鉴于当前高校智库存在的问题,本文结合现有的智库评价体系,通过调研确定了高校智库相关的6个一级、32个二级影响力评价指标,通过层次分析方法分析不同高校智库影响力指标权重,对我国高校智库影响力评价指标体系进行完善,展开全面的实证研究,并以此为基础制定有效的措施帮助我国高校智库的良性发展。我国高校智库的量化发展需要高校智库影响力评价指标的推动,因此优化改进我国高校智库的发展趋势具有重要的参考意义和价值。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 栗宁远

A3 付传

PB 黑龙江大学

T1 我国官方智库影响力提升对策研究

CL 硕士

YR 2018

K1 智库;官方智库;政策咨询

Think tank;;Official think tank;;Policy consultation

AB 面对社会思想观念和价值取向日趋活跃、社会思潮纷纭激荡的新形势,面对我国经济发展进入新常态、国际发展环境深刻变化的新形势,面对世界范围内各种思想文交流交融交锋的新形势,我国的发展规划与政府政策设计遇到巨大挑战,迫切需要专业化的智力组织提供强有力的智力支持。我国官方智库在政府决策的过程中有着高端人才密集、研究资料丰富、信息渠道畅通等独特的优势,能够发挥资政启民、引导社会舆论、开展国际外交等作用。如何运用这些独特优势并发挥出其应有的作用,不仅依赖于政府政策引导,还需要官方智库自身去妥善运用优势资源积极发挥其作用。通过对我国官方智库影响力的相关论域的阐释,可描绘出我国官方智库影响力的预期作用与功能,进而勾勒出我国官方智库影响力的决策科学化与民主化、引导社会舆论、智力资本积累、传播“中国好声音”的应然状态。与应然状态相比,目前我国官方智库影响力还面临着一些问题,这些问题包括参与政府决策机制不完善、完善社会话语权体系与设置议题能力不足、特色思想产品打造能力缺失、成果输出意识淡薄、资源体系缺乏有效整合、国际影响力的空间局限性等。因此,将我国官方智库影响力的理论预期与实际状态进行对比,对偏差部分进行分析,找出制约其影响力发挥的因素与问题势在必行。通过借鉴国外顶级智库的影响力提升措施,围绕我国官方智库本体综合能力的提升、优化我国官方智库影响力提升的环境、构建我国官方智库的资源体系、积极拓展我国官方智库的国际影响力四个方面共同致力于我国官方智库影响力的提升,从而为我国的发展规划与政府政策设计提供智力支持。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 杜娟

A3 陈广猛

PB 四川外国语大学

T1 南亚国家智库及其对南亚国家外交政策的影响

CL 硕士

YR 2018

K1 南亚国家;智库;对外政策;影响方式

South Asian countries;;Think tanks;;Foreign policy;;Mode of influence

AB 20世纪90年代以来,智库在欧美国家取得了较大发展,呈现出繁荣局面,受此影响,世界其它地区智库建设也开启新一轮变革,南亚智库是其中之一。作为世界智库的一部分,南亚智库既具有智库的一般特征,又具有本土化特质,在南亚国家社会发展过程中发挥了独特作用。南亚国家智库在多个领域取得了不错的成绩,并发展出了多样化的智库类型和独具风格的智库理念,在一些研究领域甚至走在世界前列,在南亚国家政府外交决策中以其独特视角、专业化的知识储备为政府建言献策,通过多种方式实现了对国家外交政策的影响。近些年来,南亚国家智库在政府外交决策中所起的作用越来越大,贡献越来越突出,在一些国际及地区热点问题上,智库频繁发声,不仅普及了广大社会民众的相关知识,教育了民众,引导了社会舆论走向,而且对政府的政策走向发挥了影响力,而对此成就较少受到中国学者的关注。因此,本文首先对南亚国家智库进行总体情况的研究性分析,尤其是知名外交型智库,其次以智库在南亚国家外交决策体制中的角色和功能为切入点,以智库对南亚国家外交政策的影响方式为视角,以南亚智库影响政府外交政策的实际案例来进一步说明智库对南亚国家外交政策的影响。中国政府于2013年提出了“中国特色新型智库”建设的目标,而南亚国家智库在建设中积累的经验与教训,对中国特色智库建设具有直接的启示意义。南亚地区作为中国的近邻,重视南亚智库及其对南亚国家外交政策的影响,对于中国处理好与有关国家的关系显得较为重要。本文以此为出发点,希望提供有意义的启示。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 杨雅馨

A3 李永先

PB 辽宁师范大学

T1 基于云计算的智库协同创新服务模型研究

CL 硕士

YR 2018

K1 智库;协同创新;协同创新服务;云计算

Think Tank;;Collaborative Innovation;;Collaborative Innovation Service;;Cloud Computing

AB 中国特色新型智库是党和政府科学决策的重要支撑,是国家治理体系和治理能力现代化的重要内容,是国家软实力的重要组成部分。目前,国内外形势变化既深刻又复杂,智库专家提出科学决策的难度越来越高,仅仅依靠单一的智库为政府出谋划策已经愈发艰难,需要智库和其他机构一起共同协作来解决目前的智库困境。本研究将协同创新的思想融入智库的建设中,利用云计算技术来实现多个智库之间的协同合作,探求具有中国特色的智库服务创新模式,以提高我国智库的话语权和国际影响力。本文的研究内容有以下5个方面:(1)研究综述和理论研究。从不同类智库之间的协同创新服务、智库要素的共享和整合、智慧城市和地域产业链研究和其他领域的协同创新服务模式研究的角度出发,对现有研究成果进行了梳理,分析了现有研究的贡献与不足,为智库协同创新服务模型研究提供依据。(2)基于云计算的智库协同创新服务研究概述。探究了基于云计算的智库协同创新服务的内涵,对传统智库服务和基于云计算的智库协同创新服务进行了比较,并对云计算技术运用于智库协同创新服务的必要性和可行性进行了分析。(3)基于云计算的智库协同创新服务模型分析。分析了基于云计算的智库协同创服务的主体,并对这些主体在基于云计算的智库协同创新服务中扮演的角色和作用进行了阐释。分析了智库服务的现状,并对基于云计算的智库协同创新服务模型进行了需求分析。(4)基于云计算的智库协同创新服务模型构建。构建了基于云计算的智库协同创新服务模型总体架构,包括四个层次:访问层、服务层、逻辑层和信息资源层,并对每个模型层次具体结构和作用进行了详细阐述。(5)对同方知网的OKMS知识管理及协同创新平台的协同创新服务进行了实例分析。从平台的框架和平台所提供的协同创新服务两方面对OKMS知识管理及协同创新平台进行了剖析,并根据本研究构建的基于云计算的智库协同创新服务模型,对OKMS知识管理及协同创新平台提出了改进的建议。本文将协同创新理论和云计算技术融入智库建设的实践中,构建了基于云计算技术的智库协同创新服务模型,解决了智库发展面临的难题。云计算技术实现智库的协同创新服务,能够整合智库基础资源,提高智库工作效率,节约智库运行成本,迎合了我国发展低碳经济的要求,有利于智库服务的可持续发展。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 许路遥

A3 刘春艳

PB 黑龙江大学

T1 智库知识管理能力构成及其现状调查

CL 硕士

YR 2018

K1 智库;知识管理;智库知识管理;知识管理能力

think tank;;knowledge management;;think tank knowledge management;;knowledge management ability

AB 知识爆炸是当今时代的主题,利用知识的力量来提升组织的经济效益和实现个人人生价值成为智库机构最根本的目标。随着市场竞争日益激烈,信息科学技术的突飞猛进,智库机构的知识内涵也将越来越深厚,这种组织不同于传统的经济、社会组织,它更加依赖知识的力量。事实上,智库机构在广泛的实践过程中并没有想象的那么富有创造力,当然所起到的作用也非常有限。智库机构的发展是与人工智能的发展相辅相成的。当前,智库工作人员综合素质的提升很大程度上取决于智库知识管理能力的增强,这也是智库改革的重要基础。通过完善和提高智库知识管理能力,智库工作人员的学习能力、知识水平都将得到极大程度的提升,对于智库机构的长远发展非常有必要。在未来,智库机构的发展将更多的体现智能化、信息化。然而,智库知识管理在实践过程中出现了很多不足之处,其中的原因就是智库工作人员并没有树立强烈的知识管理意识,忽视了智库的实践价值和现实意义。智库知识管理实践中存在的问题、知识管理实践的影响因素以及知识管理能力的提升方式等问题亟待解决。本文以智库作为研究对象,对上述问题进行了调研与探究。首先,通过对智库知识的分析归类与知识管理实践活动的分析,构建智库知识管理能力模型,并对智库知识管理能力的构成要素、分类与界定、特点进行深入分析;其次,在此基础上设计问卷对智库知识管理能力进行调查,并对调查结果进行统计分析,找出智库知识管理能力发展中存在的主要问题;最后,结合调查结果中发现的智库知识管理能力发展中存在的主要问题,有针对性地提出智库知识管理能力的发展建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张昊

A3 王官诚

PB 四川师范大学

T1 四川新型智库建设研究

CL 硕士

YR 2018

K1 智库;中国特色新型智库;公共决策

a think tank;;A new type think tank with Chinese characteristics;;Public decision-making

AB 智库,作为一个国家或地区思想创新的源泉,是国家软实力的重要体现,在推动经济社会发展、辅助国际事务中,正发挥着越来越重要的作用。目前,西方国家智库发展相对成熟,我国智库建设在出思想、出成果、出人才方面取得很大成绩,逐渐形成了党政军智库、社科院智库、高校智库和民间智库多元发展格局。近年来,党中央提出建设中国特色新型智库战略目标,为新型智库建设提出了新的目标方向。四川新型智库建设取得良好发展,工作制度逐渐规范、运行机制逐渐健全,在服务党委政府公共决策方面作出重要贡献。但同时,我们也不得不看到,目前我国特别是省级以下智库,智库整体水平还不够高,还没有出现真正意义上的思想库,大多数机构还停留在解释完善党委政府或官员个人提出来的决策上,缺少独立思考,缺乏具有前瞻性、战略性决策参考建议。总体而言,我国智库在发挥资政辅政、启迪智慧、聚贤荐才、辅助外交等方面还存在许多短板,四川智库也还存在体制机制、发展环境、人力资源、财政支持等方面的突出问题和薄弱环节,新型智库建设仍然任重道远。基于此,本文通过对国内外关于智库理论的学习,根据中央关于建设中国特色新型智库的战略要求,紧密结合四川实际,对四川新型智库建设作了简要探讨,争取在四川新型智库建设发展拥有一定基础的关键时候,努力探索加快四川新型智库发展的有效方法,进一步增强新型智库对公共政策的影响力,为治蜀兴川科学决策提供强大智力支持。本文的基本结论是当前四川新型智库建设已具备良好的组织、科研、人才等基础条件,必须切实提高智库核心竞争能力,逐步健全四川新型智库的发展体系,加快管理体制改革步伐,建立完善智库发展的机制制度,营造良好发展环境,提升四川新型智库自身能力建设,四川新型智库才能真正成为治蜀兴川的动力之源,推动四川新型智库实现长途远发展。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 徐盼

A3 周荣庭

PB 中国科学技术大学

T1 我国社会智库有效性的评价和提升策略研究

CL 博士

YR 2017

K1 中国社会智库;有效性;评价;提升

Social Think Tank of China;;Effectiveness;;Evaluation;;Improvement

AB 社会智库是我国特色新型智库的重要组成部分,也是我国体制内智库的重要补充和帮手。作为经费自筹、人事独立、利益中立的非体制内研究机构,社会智库以其独特的优势正在发挥越来越重要的作用。但和体制内智库相比,我国社会智库目前普遍存在影响力和认可度较低、独立性不强、管理水平不高、资金来源不稳定以及创新能力较弱等共性问题。本文认为,我国社会智库存在的以上问题,可以归结为有效性问题,即社会智库的有效性不足。有效性是我国社会智库竞争力和生存能力的重要体现,社会智库要想提升核心竞争力和生存能力,应当首先提升其有效性。因此,研究我国社会智库的有效性既可以弥补现有文献对智库研究的不足,也可以为我国社会智库的有效发展提供科学的参考依据。首先,本文通过文献研究和分析,对相关概念和内容进行了界定,并通过访谈和问卷调查的形式对我国社会智库有效性的影响因素进行分析、梳理和归纳,提炼出影响我国社会智库有效性的内外部关键影响因素,其中内部关键影响因素包括管理、影响力、多元化和创新等四个方面。然后,对四个方面的关键影响因素进行细化和分解,形成十六个具体的、可衡量的指标。其中,管理方面包括战略管理、组织结构管理、制度管理和经费管理等四个指标,影响力方面包括高层影响力、学术影响力、媒体影响力和国际影响力等四个指标,多元化方面包括服务方式多元化、经费来源多元化、绩效考核多元化和风险控制多元化等四个指标,创新方面包括信息化水平、知识产权保护、人员知识水平和创新环境和氛围等四个指标。在此基础上,本文构建了由四个一级指标和十六个二级指标组成的我国社会智库有效性的评价指标体系。然后,本文运用层次分析法确定了我国社会智库有效性评价指标体系的各指标权重,包括一级指标和二级指标的权重。其中,一级指标的权重大小依次为影响力、创新、多元化和管理,而影响力的权重值较高,接近其它三个指标权重之和。确定了权重后,本文运用模糊综合评价法对我国社会智库的有效性进行了评价,并得出具体的评价分值。通过评价分值可以看出,我国社会智库的总体有效性水平不高,位于一般和较好之间,有较大的提升空间。最后,结合我国社会智库有效性的评价结果,本文依次从管理、影响力、多元化和创新等构成评价指标体系的四个方面给出了提升我国社会智库有效性的策略和建议。另外,由于政治环境也是我国社会智库有效性的关键影响因素之一,社会智库作为非体制内智库,受政府的认可程度和政策的影响较大,因此本文从政府方面也给出了提升我国社会智库有效性的措施和对策。本文的创新之处体现在:1、关于社会智库有效性的研究,国内还没有相关的文献或研究内容。本文将我国社会智库的有效性作为研究内容,拓展了社会智库研究的内容与方向。2、本文综合运用文献研究法、问卷调查法、层次分析法和模糊综合评价法等多种研究方法,创造性地构建了我国社会智库有效性的评价指标体系,该体系对我国社会智库总体有效性的评价具有现实的实用价值。3、本文运用构建的有效性评价指标体系对我国社会智库的总体有效性进行了评价,得出了具体的评价结果,并根据总体评价结果,从管理方面、影响力方面、多元化方面、创新方面和政府方面给出了针对性的有效性提升策略,研究成果具有较强的实用性和创新性。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 熊立勇

A3 宋伟

PB 中国科学技术大学

T1 国际比较视域下中国特色新型智库建设问题研究

CL 博士

YR 2017

K1 智库;决策咨询;智库影响力;中国特色新型智库

Think tank;;Decision-making consultation;;Think-tank influence;;The new think tank in chinese characteristics

AB 决策咨询作为公共政策决策链条中不可缺少的重要环节,是决策科学化民主化的重要保障。智库是以战略问题和公共政策为主要研究对象、以增进公共利益为导向、以影响政府决策为目标的研究咨询组织,在决策咨询方面具有不可比拟的独特优势。与其他学科相比较而言,现代智库起步较晚,不过二百年的发展历史,纵观近代以来世界主要大国崛起进程,现代智库发挥了难以替代的重要作用。党的十八大以来,新一代中央领导集体高度重视智库建设,习近平总书记从国家战略高度出发,提出建设中国特色新型智库,并指出新型智库是国家治理体系的重要组成部分。近年来,全国各地掀起一场轰轰烈烈的中国特色新型智库建设热潮,各类新型智库如雨后春笋不断涌现。透过“智库热”现象冷静思考,不难发现,一方面,中国特色新型智库建设取得丰硕成果,数量上已达435家(《2016全球智库报告》),稳居全球第二位;另一方面,快速建设过程中也出现了一系列的突出问题,如重专家阵容、轻主攻方向,重舆论传播、轻内容创新,重短期规模、轻长远布局等问题。因此,加强智库研究,推进中国特色新型智库又好又快发展是摆在理论界面前的现实课题。本文从国际比较和系统分析视角出发,通过对国内外智库发展历程、主要特征、运营机制和发展趋势进行分析研究,结合中国特色新型智库的发展现状,探讨中国特色新型智库的概念内涵、机构属性、功能定位、运营机制以及发展前景等关键性问题,以期为中国特色新型智库建设和研究提供新思路、新方法。本文主要从以下几个部分展开全文:第一部分,从国际和国内两个层面、理论和现实两个维度论述了中国特色新型智库建设的背景和意义,界定了本文中“智库”、“智库影响力”和“中国特色新型智库”等概念的基本内涵,并对本文的研究方法、技术路线和可能的创新点进行概述。第二部分,对国内外智库研究的相关文献进行系统综述,并进行简要述评。详细介绍智库研究相关的精英理论、多元理论、政策过程理论和社会网络理论,为后续研究奠定理论基础。第三部分,首先,介绍中国特色新型智库的基本情况,整体把握中国特色新型智库发展现状;其次,梳理了中国特色新型智库的演进历程;再次,在充分比较分析国内外智库分类方式的基础上,提出了中国特色新型智库主要划分为党政系统智库、社科研究系统智库、高校智库和社会智库等四种类型的分类方式;复次,在整体把握中国特色新型智库发展现状基础上,从内部和外部两个层面阐述了中国特色新型智库建设的主要影响因素;最后,对中国特色新型智库建设目前存在的主要问题进行整理分析。第四部分,对国外智库发展概况进行分析说明,重点探究美国智库、欧洲智库和日本智库的发展历程、主要特征、运营机制和发展趋势,然后再对国际智库发展进行比较分析,探寻国际智库发展的一般规律。最后,根据国际智库比较分析结果,探讨国际智库发展对中国特色新型智库建设的启示。第五部分,中国特色新型智库影响力评价实证分析。主要包括两个部分:第一部分,介绍目前国内外常见的智库影响力评价方法,主要包括主观评价法、客观评价法和主客观综合评价法三种,并分析各自优缺点;第二部分,挑选190家中国特色新型智库进行影响力评价实证研究,得出中国特色新型智库综合影响力排名和分类排名,并对实证研究结果进行分析,提出中国特色新型智库的主要模式特征。第六部分,在之前国际智库比较和实证研究分析的基础上,从明确目标定位,把握中国特色新型智库建设方向、强化决策咨询,健全中国各级政府政策决策体制、创新运营机制,提高智库运行效率和竞争能力、促进均衡发展,构建中国特色新型智库多元格局和深化交流合作,加快中国特色新型智库国际进程等五个维度提出加强中国特色新型智库建设的对策建议。第七章,结论与展望。首先,开门见山阐明本文研究的主要观点和结论,主要是提出一个新的智库定义,强调智库的服务对象不仅包括政府部门还包括社会组织,并提出了一种新的智库分类方式,还提出了智库的主要功能表现在“咨政”、“启民”、“聚才”、“伐谋”、“外交”等五个方面,以及中国特色新型智库影响力排名。然后基于现有研究成果和笔者学识水平,提出智库研究可能方向的未来展望。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 赵磊

A3 吴郁玲

PB 华中师范大学

T1 我国高校智库建设现状及发展对策研究

CL 硕士

YR 2017

K1 高校智库;现状;对策

University thinktank;;Developmentstatus;;Development Countermeasures

AB 我国近几年已经进入了政治、经济和社会改革的深水区,政治、经济、社会问题的日趋复杂化、社会民众需求的多样化等使得决策的科学化和民主化的需求愈加凸显。从国家战略角度亟需一批能关注国内外政治和经济发展动向、透过问题表象,致力于国家社会发展需要的智库来为国家把脉。高校智库作为我国智库体系中不可或缺的部分,在我国的政府决策咨询过程中发挥着越来越重要的作用,近几年也得到了快速的发展。然而,高校智库在发展中也渐渐暴露出了不少问题,这些不足和缺点都对我国的高校智库的作用发挥起到了负面的阻滞影响。三年前,国家教育部为了高校智库能够取得有效的发展,下发了专门的推进计划,在计划中指出,我国的高校智库构建工作迈入了一个全新发展的阶段。在全面深化改革的新形势下,回顾梳理高校智库建设的历史、现状,明确国家决策咨询的战略需求,有利于更好地判断高校智库建设的发展态势,探索高校智库建设的新体制。本文以我国高校智库的现存的问题作为研究的出发点,从高校智库建设定位和创新改革的角度对高校智库建设走向进行了研究,立足于大量文献资料的阅读,沿着我国高校智库发展的历史脉络,全面梳理了我国高校智库建设的优势、存在的问题和成因,总结归纳了国外高校智库智库运作经验,提出了有益于我国高校智库建设发展的路径。本文主要通过以下几个部分进行论述:第一章绪论主要论述了本课题的研究背景和选题意义,综述了国内外研究现状,剖析了课题的研究思路,总结了具体的研究方法,创新点等。第二章对智库及高校智库进行了概念的论证,对高校智库存在形式和结构进行了梳理,归纳了高校智库的历史沿革形态,对高校智库的做了价值界定。第三章从我国高校智库的发展优势、存在的现实问题以及原因三个方面做了现状建设分析。第四章重点归纳了美国、英国和印度三个国际高校智库建设模式可供借鉴的经验。第五章综合前期的比较分析,提出要加强顶层设计、建设适宜高校智库发展的体制机制等优化我国高校智库建设对策。第六章对智库的发展前景进行了展望,提出要做具备全球意识的、协同发展的以及输送高质量决策咨询人才的高校智库。此外,本文还紧密结合高校自身优势特点,将高校发展放在信息时代和技术革命的背景下,对高校智库的发展走向进行了展望,建设性地提出了建设新型高校智库的路径,这些意见建议的提出一方面为我国高校智库的建设提供理论依据,其次,最大限度地发挥高校智库所蕴含的优势和特色,有效规避可能产生的新问题。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘东

A3 徐成芳

PB 大连理工大学

T1 中国智库建设中的意识形态安全研究

CL 博士

YR 2017

K1 智库;中国智库建设;意识形态安全;文化安全

Think Tanks;;Construction of Chinese Think Tanks;;Ideological Security;;Cultural Security

AB 随着改革开放的不断深入,以智库为代表的知识精英团体在中国社会各个层面都发挥着非常重要的作用,尤其是对社会的道德重建、价值型塑和文化建设等方面具有深远影响。要增强社会主义意识形态的吸引力与凝聚力,维护意识形态安全,离不开智库这个重要群体的积极参与和大力推动。我国智库建设虽起步较晚,但是智库及智库学者处于思想创造与博弈前沿的现实,使我们时刻不能放松智库建设中的意识形态安全问题,而在智库建设方兴未艾之时,隐藏于建设热潮后面的意识形态安全问题逐渐凸显,也让我们必须提高警惕。对待意识形态问题要实事求是,既不能泛化,也不能淡化。我国智库在捍卫国家主流意识形态方面做出了巨大贡献,智库本身在意识形态方面总体上也是安全的,但在一定范围内、一定程度上也存在一些问题。其中既有智库建设本身所存在的意识形态安全问题,也有智库建设对于国家意识形态安全产生影响的问题,这两种问题之间具有内在联系和交互作用。基于以上认识,选择中国智库建设中的意识形态安全开展研究,力图为智库建设提供一些基于理性分析的冷静思考,并尝试为解决中国智库建设中的意识形态安全问题提供一些对策与建议。坚持以马克思主义为指导,采用“文献研究法”、“多学科综合研究法”、“比较分析法”、“历史和逻辑相统一法”,对中国智库建设中的意识形态安全问题进行了比较深入的研究。认为“思想生产”作为智库的普遍属性,是智库与意识形态产生联系的关键纽带,也带来智库的意识形态安全隐忧,正是智库与意识形态的内在契合以及智库所处的国际意识形态斗争环境,一起构成了中国智库建设中意识形态安全研究的前提;中国特色社会主义意识形态理论以及智库建设理论尤其是智库影响力理论为进行中国智库建设中的意识形态安全研究提供了坚实的理论依据。主要工作如下:第一,概述了智库建设和意识形态安全的相关理论,总结论述了中国智库建设中意识形态安全的内涵以及中国智库建设与意识形态安全的关系,阐述了智库在维护意识形态安全中发挥的重要作用和智库建设中维护意识形态安全的紧迫性及必要性。第二,回顾了中国智库建设的历史发展,总结了中国智库建设的模式、中国智库建设对意识形态安全的历史贡献和基本经验、教训。中国智库经过多年的发展建设,形成了不同于“苏联模式”和“美国模式”的具有中国特色的“一主多元”模式,有效支撑了党和国家主流意识形态创新,奠定了思想解放的理论基础,保障了中国特色社会主义现代化建设的决策供给,引领了社会意识的价值转型,提供了国际事务的解决方案,积累了以“问题意识”为导向进行安全预警和研判、以社会责任感为使命正确引导公众舆论和以思想生产为抓手提供危机解决方案等宝贵经验,找到了学术意识形态化造成智库思想僵化、盲目推崇西方理论导致智库决策失误等历史教训。第三,概括了中国智库建设中意识形态安全方面存在的主要问题。一方面,西方智库挑战我国主流意识形态安全;另一方面,中国部分智库网络意识形态安全意识不强、思想创新能力不足、缺乏意识形态影响力与话语权、网站建设落后、保障条件短缺,制约了智库意识形态功能发挥。第四,系统探讨了中国智库建设中存在意识形态安全问题的原因。主要是全球化深度发展的客观挑战,意识形态领域错误思潮泛滥,智库自身意识形态安全意识薄弱,智库建设存在体制障碍。第五,提出了在中国智库建设中维护意识形态安全的基本对策。即:发挥智库的主流意识形态导向作用,增强智库在意识形态宣传领域的舆论引导能力,提升智库的文化软实力建设,优化智库网络意识形态安全建设,建立健全中国智库建设体制,大力推进智库的国际化发展。这六个方面工作既要独当一面,又要集成联动形成合力。在具体实施过程中要特别注意树立法治理念,运用法治思维,加强智库评估,坚持正确运用而不能滥用误用或不敢使用羞于使用马克思主义阶级分析方法。创新之处在于:总结概括了中国智库建设的“一主多元”模式及维护意识形态安全的历史经验;综合分析了全球化和互联网条件下中国智库建设中的意识形态安全问题及其深层次原因,特别是对比分析了中外著名智库的网站建设,深入阐发了智库自身意识形态安全意识自觉和快速反应能力所具有的关键意义;提出了做好中国智库建设中意识形态安全工作的六个既独当一面又集成联动的对策。主张在具体实施中,应当注重将智库建设中的意识形态安全工作纳入法治化轨道;要坚持正确运用马克思主义阶级分析方法,既不能放弃也不能夸大,既不能羞于使用、不敢使用也不能滥用、错用,要实事求是把握好度;应当构建具有中国特色的智库评价体系,将维护意识形态安全指标恰当地纳入智库评价之中。强调要正确处理中国特色与国际比较之间的关系,办好中国特色社会主义智库,无论中国智库建设模式还是智库建设中的意识形态安全对策都要坚持独立自主的方针,积极借鉴但不照搬西方模式和经验。论文努力兼顾宏观、中观、微观三个层面分析探讨研究主题,但是总体上看还是比较宏观,在今后的研究工作中需要进一步加强中观和微观层面的研究。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 冯玥怡

A3 皇甫晓涛

PB 北京交通大学

T1 倡导型智库的内容传播影响力机制研究

CL 硕士

YR 2017

K1 倡导型智库;智库影响力;思想市场;意见领袖

advocacy think tanks;;think tank influence;;marketplace of ideas;;opinion leader

AB 倡导型智库是多元主义思想市场中的内容生产者和价值传递者,通过组织传播、网络传播等方式向政府决策者、社会精英和公众等群体进行思想观点的营销,进而成为传播网络中的意见领袖,扩充其观点、理念的影响力。基于相关领域的文献分析,本研究勾勒出了智库在传播网络中的生产者及传播者角色,归纳了倡导型智库的思想营销的具体目标,总结了智库影响力、智库全球化的研究现状及存在问题。本研究采取个案研究形式,综合运用了深度访谈、二手资料分析研究方法,结合智库影响力理论、思想市场理论、意见领袖等理论资源,剖析了倡导型智库内容传播创新的突出个案,提炼出了意见广场营造、圈层营销、舆论互动等智库影响力关键环节。在梳理内容传播与影响力建构的内在关系的前提下,本研究讨论了倡导型智库通过公众教育达到价值共鸣,通过议程建构带动舆论影响力的两大内容传播影响力典型机制。基于案例分析,本研究提出团队建设、平台建设、渠道建设的内容传播影响力宏观策略,以及话语传播、品牌传播策略。针对“一带一路”话语权建设这一中国倡导型智库传播建设目标,本研究提出倡导型智库应采取多元对话、价值共创的话语策略,优化话语权力传播,以话语能力创新为主的内容生产变革为开端,以培育明星产品和知识领袖型学者为着力点,塑造中国倡导型智库的“一带一路”话语品牌主体。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 段爱龙

A3 曹升生

PB 渤海大学

T1 二战后美国智库学研究方法的历史演变

CL 硕士

YR 2017

K1 二战后;美国智库;智库学;研究方法

World War Ⅱ;;American think tanks;;The research of think tanks;;Research approach

AB 智库作为一种传统而新型的国家权力和社会现象日益发挥着重要作用。在全球智库中,美国智库不仅起源最早、数量最多,而且对政策的影响力也是最大的,代表着当今世界智库的最高水平。这与其所处的特殊政治、经济、文化环境以及自身成熟的商业化运行机制有着必然联系。经过几十年发展,美国学界逐渐形成了一套以历史研究方法、实证研究方法、比较研究方法和多学科研究方法为基础的研究方法。美国智库研究理论体系的形成,一方面取决于其所处的时代背景和依赖的特定环境;另一方面取决于像詹姆斯·麦甘、戴安娜·斯通、安德鲁·里奇、唐纳德·阿布尔森、大卫·里奇等智库研究专家和学者的推动,通过梳理美国智库的发展历程及其相关研究的兴起,进一步探究美国不同时期形成的智库研究方法。从理论方法和历史渊源等多纬度,即“智库学”视角来研究美国学界智库研究的演变历程,以理论视野透视中国学界的智库研究,探索中国学界智库研究的新方法,将对中国智库发展和理论构建带来启示和直接借鉴经验。诚然,中国学界的智库研究不可能,也没有必要照搬美国学界的智库研究方法;但是,可以从中得到启示,寻找一条适应中国学界智库研究和理论构建的方法。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 孟中来

A3 程刚

PB 安徽财经大学

T1 咨询服务项目本体知识表示模型研究

CL 硕士

YR 2017

K1 知识服务;咨询服务;知识网络;本体;知识表示

Knowledge Service;;Consulting Service;;Knowledge Network;;Ontology

AB 咨询服务业是知识密集型行业的典型代表,知识服务处于咨询服务的核心位置。所谓知识密集型服务即指咨询服务业的一切业务服务活动都是围绕着知识的收集、加工、整合、再造、传播、利用和更新展开的。这些知识过程依赖相关知识资源的投入和知识生产者的智力劳动创造,因而咨询服务项目过程也就是不断需求上述两类资源的过程。本文的研究目标即是通过提高知识资源和知识人才资源在语义网层面的表达能力促使咨询服务项目更加高效的发现和获取上述两种资源。本文研究方法主要是通过对咨询服务知识需求缺口的分析,明确两类咨询服务资源知识缺口问题,利用知识网络在知识资源关联和人际关联的组织、定位和识别上的优势,帮助咨询服务团队提高内外部知识获取能力。咨询服务业项目知识服务具有很高的知识复杂度,其业务的操作专业化程度要求也极高。本文尝试利用知识工程领域先进的知识表示技术为咨询服务业构建知识表示模型,促进知识在组织业务中的识别、获取、分享和传播。本文梳理知识服务相关研究,回顾多种知识表示方法,深入分析了知识网络理论和本体相关理论。利用知识服务理论分析咨询服务的特点,通过知识网络理论定位咨询项目全阶段的知识资源、案例资源和人力资源,并且详细分析多种知识表示方法,在此基础上,利用本体理论和技术构造咨询项目本体模型,完成对所构建本体的检验和针对本体数据的查询实验,通过分析实验结果,证明构建咨询服务项目本体对于支持咨询服务知识表示具有重要作用。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 黄柏材

A3 刘汶

PB 广西大学

T1 西部高校智库影响力提升研究

CL 硕士

YR 2017

K1 西部高校智库;影响力评价;智库影响力提升

western university think tank;;impact evaluation;;enhance of think tank influence

AB 本文以西部高校智库为研究对象,通过建立高校智库影响力评价体系,探讨西部高校智库影响力的现状,并提出了提升影响力的策略。论文运用文献分析法,厘清了智库、智库影响力、高校智库及其影响力的的概念与内涵。通过对现有影响力评价指标的对比,结合高校智库的实际情况,初步建立了一套较为客观、真实的评价西部高校智库影响力的体系。论文从成长与营销能力、决策影响力、学术影响力、社会影响力四个方向对三所西部高校智库的影响力进行了全面、定量的评述,总结出西部高校智库影响力的特征、劣势及原因。通过文献分析法与对比分析法,总结出知名高校智库的基本特征:独立性、延续性、现实性、信息化、公开性,进而从内部管理机制与外部运作机制两个方面提炼出国内外知名高校智库的影响力经验,结合影响力评价体系,得出了知名高校智库发挥影响力的启示。最后,论文结合西部高校智库影响力的现状,提出了依托知识资本与区域网络资本,提升西部高校智库影响力的路径:一是贯彻学科导向为主、问题导向为辅的策略;二是依托自身知识资本,建设创新型智库人才培养机制;三是依托区域网络资本,构建高校智库话语权;四是建设以“促进社会发展”为模式的研究机制,这些举措对西部高校智库发挥决策咨询的功能起到重要的作用。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 蒋晓飞

A3 唐平秋

PB 广西大学

T1 协同理论视角下的智库成果评价研究

CL 硕士

YR 2017

K1 协同理论;智库成果;评价

Cooperative Theory;;Think tank results;;Evaluation

AB 智库评价是智库发展的着力点和突破口,而智库成果评价又是智库评价的核心和关键。2014年《关于加强中国特色新型智库建设的意见》发布以来,智库成果评价受到的关注程度越来越高,但是当前智库成果评价仍然存在一些问题,导致智库成果评价无法进一步发挥其应有的作用。本文在协同理论的基础上,对比国内外智库成果评价案例,立足于当前智库成果评价的发展现状,通过协同理论分析智库成果协同评价存在的问题及原因,并提出具有针对性的智库成果评价改进方案。第一部分,介绍了智库成果评价研究的背景及意义,梳理了国内外关于智库成果评价的相关文献,指出了当前学界对智库成果评价研究的不足之处。第二部分,对包括智库成果的概念、种类和特点,智库成果评价的构成要素和功能结构等主要概念进了界定,并阐述了协协同理论与智库成果评价的契合性。第三部分,对收集到的国内外智库成果评价案例进行了对比分析,总结和提炼了其中对未来智库成果评价发展的有益之处。第四部分,论述了当前智库成果评价的发展现状,从智库成果评价的结构入手进行详细分析,指出智库成果协同评价存在问题主要表现在:智库成果评价各方的利益难以协调、智库成果评价容易形式化、智库成果评价存在非理性化行为、智库成果评价适应性不足等几方面,从评价前期准备、评价标准及方式选择、评价方案的明确与实施以及评价结果的公示与监督四个方面总结出导致问题发生的原因。第五部分,在兼顾智库成果评价与学术评价、加快构建智库思想市场、促进智库评价信息化、完善智库评价监督机制等四个方面推进智库成果评价的完善与发展。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 陈祝红

A3 曹国庆

PB 江西农业大学

T1 我国民间智库发展历程研究

CL 硕士

YR 2017

K1 民间智库;发展历程;发展定位;公共决策市场化社会化;治国理政

Folk think-tank;;The development course;;Development localization;;Socialization of marketization of public decision-making;;Country governance

AB 社会是一个多维的精密有机体,社会治理的复杂性、系统性和协同性,决定了政府依靠自身力量决策常常要承担相当高的社会成本、时间成本、试错成本。智库,能够有效弥合知识和政策之间的鸿沟,被形容为“国家智商”、“政府外脑”,是继立法、行政、司法、媒体之外的“第五种权力”,对政府决策和公共治理影响巨大。在国家倡导中国特色新型智库建设的背景下,本文尝试从治理和历史的角度来探索和研究民间智库,梳理其各时期发展的脉络,承前启后,使之对我国民间智库的研究具有连续性和系统性,希冀对我国民间智库的发展定位及对政府治理提供建设性的启示。本研究主要依靠智库出版物、智库相关讲座、中国知网和知名民间智库官网,运用文献分析法、归纳演绎法,探究我国民间智库的起源、发展历程、分析其核心价值、挖掘其优势特点,以揭示其成功的原因。本文以为,根据国内政治社会环境和民间智库的研究领域,可将我国民间智库的发展历程概括为:先行探索、学者驱动、社会优化和政府推动四大时期,尤其是政府推动时期,为打造中国特色新型智库,先后通过了中国顶级智库和国家高端智库建设方案,民间智库的入围从无到有,从少到多,为公共决策科学化民主化注入了新鲜的血液。针对智库的核心价值理论与实践的分析,在本文的最后,对“政府推进时期”的民间智库本身、智库体系和政府治理及公共决策分别提出了几点建议,旨在为我国民间智库的发展和治国理政提供借鉴。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 薄晓江

A3 董江爱;张丽霞

PB 山西大学

T1 山西新型智库建设研究

CL 硕士

YR 2017

K1 地方新型智库;决策咨询;智库建设

local new think tank;;decision advice;;Think-tank construction

AB 当前,我国正处于落实“四个全面”战略布局的关键时期,在经济社会发展进程中面临着错综复杂的国内外形势。山西省作为国家资源型经济转型综合配套改革试验区在经济转型中面临产业结构调整、增长方式转变等困境,仅仅依靠以往传统经验式或由关键少数做出决策的方式,不仅无法预见复杂多变的影响地方经济社会发展的因素,造成政策失误率难以控制,而且严重影响党委政府决策的科学性、民主性和专业性,已不能适应时代发展需要。因此,亟需通过大力加强新型智库建设,为有关部门实现科学决策提供政策咨询和智力支持,以科学决策推动经济社会又好又快发展。党的十八大以来,新型智库的建设和体系完善一直受到党中央和地方党委政府的高度重视,地方新型智库建设迎来了新一轮的发展契机。山西省结合本地实际印发了加强地方新型智库建设意见,根据总体指导原则出台一系列具体的操作意见,通过健全行政规定,突出新型智库作用;通过创建行业协会,加强对智库资源整合;通过完善研究布局,拓展新型智库职能;通过拓宽渠道,丰富成果转化机制;通过完善数据库体系,发挥大数据优势。在此背景下,山西新型智库在数量和质量上都有较大发展,在提供新思想、产出新成果、培育新人才等方面成效明显,研究成果服务于地方党委政府决策的能力有所提升。但山西省地方智库自身仍普遍存在研究力量不够集中,人力资源存在浪费;研究成果不够深入,解决实际问题的操作性不强;供需存在脱节,成果报送滞后等问题。智库体系建设面临各自为战,课题重复,缺乏统筹和有效指导,资源交叉重复,效率低下,缺乏中长期的研究部署等困境。这些都严重制约着山西地方新型智库能力和作用的发挥,导致智库参与地方党委政府政策及问题研究的实效大打折扣。本文首先通过文献法厘清智库概念及发展的理论依据;其次在广泛调研的基础上,对山西新型智库建设的现状及成效进行梳理和总结,并结合实际对山西新型智库建设中存在的问题及原因进行深入分析;最后通过借鉴其他省份智库的发展经验,提出加强山西新型智库建设的对策建议。以期为山西新型智库建设提供参考,畅通新型智库参与有关部门决策渠道,提升新型智库政策咨询的能力,进一步推动山西党委政府的决策咨询体系的发展完善,推动党政部门决策科学化、专业化、民主化,进而优化山西省治理体系和治理能力现代化建设。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘丰瑞

A3 李金齐

PB 中国矿业大学

T1 科技智库建设的哲学思考

CL 硕士

YR 2017

K1 科技智库建设;本质;价值取向

the construction ofscience and technology think tank;;essence;;value orientation

AB 科技智库是科技政策咨询与决策参与的机构,其职能是从科技发展规律角度出发,前瞻思考科技发展走势,开展科技评估以及进行预测预判,并对经济社会的发展提出一定的建议。近年来,随着经济社会发展的需要和科学技术不断创新的诉求,使得科技智库建设的条件日趋成熟,引发了中国科技智库建设的热潮,对科技智库建设的哲学反思也成为一个现实问题。科技智库建设有一个过程,其本质是知识思想的生产再生产及其在科技领域的应用,即科技智库服务对象对专业知识的应用过程,而知识在科技智库与从事科研人才间存在一定的反馈流转过程。科技智库的建设可以有不同类型,从隶属关系可分为官方科技智库、半官方科技智库和民间科技智库;按组织结构可分为党政军科技智库、科研院校科技智库和企业科技智库;从研究领域课分为综合型科技智库和专业型科技智库。科技智库建设是有其价值取向的。解决科技智库建设的价值取向问题,在于主体的差异性与科技智库建设的价值取向。从参与科技智库建设的主体来看,科技智库本身、国家政府、社会公众技智库建设的价值取向问题,并通过自己的评价与选择,在科技智库的建设与服务过程中影响科技智库建设的价值取向。中国的科技智库建设以政府建设为主导,需要科技智库建设以实现科技决策咨询制度和国家创新体系的完善。实现科技智库建设的价值取向需要以人为本,这是科技智库建设的价值核心;需要注重公共性,这是科技智库建设的内在要求;需要坚持创新,这是科技智库建设的基本动力。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 臧可

A3 陈婧

PB 湖南师范大学

T1 我国智库参与行政决策的路径研究

CL 硕士

YR 2017

K1 智库;行政决策;参与

think tank;;administrative decision-making;;participation in

AB 随着社会经济的发展,我国智库的影响力不断增强,智库已成为了影响行政决策和推动社会发展的重要力量。我国民主政治的发展直接影响到我国政治现代化发展进程,而智库在行政决策过程中扮演着越来越重要的角色,对于促进政治科学化、民主化发挥着重要作用。在我国,智库已逐渐参与到行政决策中,但是智库作用的发挥与行政决策科学化、民主化的要求相比,与发达国家相比,都存在一定的差距。因此,进一步研究我国智库参与行政决策非常有必要,分析智库参与行政决策中存在的问题,寻求促进智库参与行政决策的路径,从而充分发挥智库的积极作用。本文主要采用文献研究法、案例研究法和历史分析法,从阐述智库的相关概念和理论入手,归纳总结了智库的类型、数量,立足我国智库参与行政决策的历史背景,详细地分析了当前我国智库参与行政决策的基本状况,并论述行政决策中智库参与的功能。接着指出我国行政决策过程中智库参与所存在的问题并揭示影响其参与的原因。最后结合我国实际情况,提出提升智库参与行政决策的路径要从优化政府决策体制、完善智库参与行政决策的外部环境、创造智库参与公平竞争的平台、拓宽智库参与行政决策的途径以及加强智库自身能力建设等方面来建设,使智库参与行政决策的积极作用得到全面的发挥,促进我国行政决策的民主化、科学化和规范化。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 单琰

A3 张伟

PB 中共中央党校

T1 我国智库能力评价研究

CL 硕士

YR 2017

K1 智库评价;智库能力;智库建设

Think tank evaluation;;Think tank capability;;Think tank construction

AB 本文致力于我国智库能力评价研究,通过厘清智库、智库能力等基本概念,界定智库研究基本规范,拓展智库评价研究基本思路,将仍处于探索时期的我国智库研究引向系统化、深层化,为智库建设明确价值取向,设置量化目标,摆脱认识上的局限、偏差和误区干扰,提高智库建设投入的目的性和绩效水平。本文主要运用文献研究法和对比分析法,从现有文献材料出发,通过梳理智库评价的研究现状,针对具体评价报告进行分析,总结归纳智库评价研究成果及不足。并试图从智库能力这一特定视角切入,构建智库能力评价研究的全新理论框架,提出一系列具体的创新性智库概念。将智库评价研究从微观、中观和宏观三个层面展开。其中,在微观层面,我国智库的发展目前正处于探索阶段,以及我国特殊的体制环境原因,都直接决定了我国智库不能按照国外智库的评价标准来进行评判,而需要设立具有针对性的适应我国智库生长的评价标准和发展目标,以期更好的建设我国智库。研究发现,智库自身能力中的资源能力、运行能力、影响能力是衡量我国智库能力的重要因素。从中观层面上研究智库,则借鉴了中观经济学的研究思路,突出我国智库存在部门系统化以及智库研究的问题导向等特色,重点研究如何发挥智库间的协同优势。具体来说,我国智库相比于国外智库,具备着独特的体制环境的优势,为智库协同发展提供各方面的可能性,使智库能够充分发挥其协同优势。同时,智库研究的问题导向也决定了智库间合作出现的必然性。智库协同合作过程中的资源共享能力、协同合作模式、协同影响能力是衡量我国智库协同能力的重要因素。从宏观层面上开展国家智库能力体系研究,凸显了政策导向和法制规范对智库建设的重要作用。本文从政策过程的制定、执行、检验这三个环节入手,做具体研究分析。研究发现智库的自身定位、重大决策意见征集制度、政府购买决策咨询服务、社会公众支持、舆论引导机制、政府信息公开制度、政策评估制度都是智库政策支持能力的重要因素。最终设计出一套我国智库能力评价指标体系,具体包括三个维度,十三个一级指标以及二十个二级指标。通过对指标体系的检验分析得出,不同类型智库的优势不同,不同类型合作的需求条件也不同,当然不同的政策环境所给智库提供的庇护也不同,综合来看,优秀智库一般需具备如下共同点:具备较强的吸引经费资源和人力资源的能力;具有高效的运转机制;具备较高的社会认同度;高质量的协同合作成果;合法地位、决策意见征集制度;政府信息公开制度等。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 于童

A3 彭澎;吴克昌

PB 华南理工大学

T1 广州地区民间智库建设研究

CL 硕士

YR 2017

K1 民间智库;中国特色新型智库;决策咨询

Nongovernmental think tank;;New type of think tanks with Chinese characteristics;;Decision consulting

AB 2013年11月,党的十八届三中全会提出要“加强中国特色新型智库建设,建立健全决策咨询智库”。2014年10月,习近平总书记在中央全面深化改革领导小组第六次会议中指出,要建设一批具有较大影响力的高端智库。2015年1月,中央办公厅、国务院办公厅颁布了《关于加强中国特色新型智库建设的意见》,将建设中国特色新型智库提升到战略高度。2015年6月,广东省发布《关于加强广东特色新型智库建设的意见》。从中央到广东省,新型智库的建设引起政府和领导人的高度重视。民间智库是中国特色新型智库中重要的组成部分之一,在推进我国公共决策的民主化、科学化进程中扮演着不可忽视的角色。广东省作为我国改革开放的最前端,在民间智库建设方面也率先发展,走在全国前列。近年来,在国家和地区政府的倡导下,广州地区民间智库数量大幅增长,呈现出良好发展势头,与此同时,也暴露出民间智库力量弱小、研究质量有待提升、影响力不足等问题。制约民间智库发展的,除了自身的财力资源短缺、优秀人才匮乏等因素外,还有政府、媒体以及社会大众支持等外部资源的匮乏。本文通过“广东南方民间智库咨询服务中心”和“广东省综合改革发展研究院”这两个具体案例,详细分析了广州地区民间智库建设中存在的问题,结合借鉴美国独立智库运作的特点,从宏观、中观、微观三个层面为广州地区民间智库的进一步发展提出建议。民间智库为社会群众与政策决策者搭建起了沟通的平台,是政府决策的有益“伙伴”。相对于其他类型智库而言,民间智库具有独立性强、灵活度高、与社会群众关系密切等特点。民间智库的发展应充分发挥自身优势,不断提高研究成果质量和影响力,同时着力“补短板”,在思想市场上扬长避短,激发市场活力,为推动地区治理体系和治理能力现代化做出有益的贡献。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张桐赫

A3 曹荣庆

PB 浙江师范大学

T1 我国高校智库建设研究

CL 硕士

YR 2017

K1 高校智库;非洲研究院;面临挑战;完善对策

University think-tank;;Institute of African Studies;;The challenge;;Improve strategy

AB 高校智库利用自身学科门类齐全、人才资源集中、研究独立性强、对外交流比较广泛等方面的优势,为决策者在处理经济、政治、文化、社会、军事、外交等各方面出谋划策,并提供最佳思想、理论、方法和策略的研究机构。高校智库已经成为我国智库体系中不可或缺的一部分。特别是在推动科学决策、民主决策,推进国家治理体系和治理能力现代化、增强国家软实力等方面具有极其重要的战略作用。本文以高校智库建设为研究主体,以浙江师范大学非洲研究院为具体案例。通过对其现阶段建设所取得的成就,对非政策制定中的所起到的作用,以及在建设过程中面临的挑战,来阐述我国高校智库建设的现状,公共政策制定中的重要作用,以及发展遇到的困境。然后通过对美国斯坦福大学胡佛研究所的分析,为我国高校智库建设提供优秀经验。最后,针对非洲研究院所建设所面临的挑战,在充分考虑我国国情基础上,适当结合美国优秀经验,提出完善的对策。本文共分为六个部分:第一章是“绪论”,主要介绍了本文的研究背景、研究意义、研究方法、研究现状及创新点与难点。第二章以浙江师范大学为案例,分析现阶段我国高校智库建设取得的成就;第三章对高校智库在政策制定中的功能进行分析,体现高校智库建设的重要性;第四章对我国高校智库建设所面临的挑战及其原因进行分析;第五章,通过对美国优秀高校智库建设的研究,为我国高校智库建设提供人才队伍、组织结构、传播平台方面建设的经验;第六章,针对高校智库建设面临的挑战,立足中国国情,借鉴西方经验,从我国高校智库的内部环境建设和外部环境建设两个方面提出完善对策。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 杜睿睿

A3 耿永志

PB 河北师范大学

T1 邢台市地方智库建设研究

CL 硕士

YR 2017

K1 地方智库;邢台;决策咨询

Local think tank;;Xingtai;;Policy-making consulting

AB 智库(Think Tank),是国家软实力的重要体现,也是推动国家治理体系和治理能力现代化,提高“善治”水平的重要组成部分。2015年,邢台市积极响应国家号召开启了地方智库建设。本文是在这一背景下孕育的,旨在研究邢台市地方智库建设这一新兴事物,通过了解地方智库建设的发展历程、主要类型、表现平台、发展特点,计算其影响力,分析该事物发展过程中存在问题及原因,寻求解决之道和发展方向,以期指导当地智库建设,为以后我国基层智库建设提供范式和借鉴。创建论文的前期,本人联系了邢台市政府研究室和社科联工作人员,询问了智库一系列运行事项,做了相关的调查研究,查阅了一系列文献资料,确立了论文大致方向和研究内容;创建论文的中期,在工作中与邢台市智库建设各方进行沟通询问,策划座谈访问,进行实地察看,翻阅各个智库材料,并且制作了关于地方智库建设的调查问卷,通过对不同类型的人员(党政工作人员、高校人员、企业人员、普通公民)进行调研,完成问卷的收集和分析工作,从而将所有资源整合到一起;创建论文的后期,采用定量与定性分析相结合的方法将收集的所有材料探究透彻,运用公共管理相关理论知识将发现的问题与原因一一对应,并且在对比先进地市智库建设的过程中寻找出本地智库发展方向,得出结论。第一,本文运用实地采访调研和收集第一手资料的方法概述了邢台市地方智库建设全貌,得出邢台市地方智库分为党政智库、高校智库、企业智库和民间智库,通过邢台社会科学专家库、发展沙龙和发展论坛来表现自己,有着官方主导、范围小、研究紧贴决策、成果转化传统的特点;运用功能分析法说明地方智库建设对科学决策的重要性,囊括了它的积极作用;运用定量分析法将地方智库近几年研究成果和实际转换成果作对比,采用调查问卷方法和定性分析法得出地方智库的贡献数据和影响力大小,结论是影响力弱小。第二,通过对专家库人才的访谈、查阅智库组建相关资料,运用对比研究法、定量和定性分析法得出邢台市地方智库存在组合构成不合理、运行管理有缺陷、影响力弱小等一系列问题。第三,采取查阅文献法,运用公共知识相关理论从社会、政府、智库本身三个层面和维度来分析邢台市地方智库存在问题的10个原因。第四,运用对比分析法、因果分析法和实证研究法,重点对比国内智库建设较成熟的地市,如温州市,来吸取好的经验做法,为解决邢台市智库建设存在问题找出具体方法,从社会、地方政府和地方智库三个角度提出相关对策建议和发展方向。总之,邢台市地方智库建设是在新时期地方决策咨询领域一次伟大的尝试,它有利于决策层由原来的习惯性决策到科学决策的转变,有利于提高决策者的决策水平,有利于地方治理实现“善治”。作为一种新兴事物,邢台市地方智库建设面临很多难题,它的功用还没有完全发挥出来,如何进一步提高智库建设水平?本人通过研究得出三方面意见建议:一是社会层面,应完善行政决策体制,将智库咨询纳入公共决策环节;成立地方决策咨询委员会,制定智库战略发展规划。二是政府层面,应推行政府信息公开化,开放地方信息资源共享;充分运用“旋转门”机制储备人才;拓展智库资金渠道,鼓励多方捐赠智库事业。三是智库层面,应确保智库的相对独立性;重视品牌建设,加强地方智库的社会舆论引导能力;建立地方智库与公众交流平台,引导公众政治参与。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 杨丽鹏

A3 赵普光

PB 青岛大学

T1 山西发展（网络）智库现状及对策研究

CL 硕士

YR 2017

K1 山西;智库;山西发展智库

Shanxi;;Think-tank;;the development of the think-tank in Shanxi

AB 智库,从诞生之初,就注定了其不平凡的使命。随着时代的发展,凝聚着先进思想与智慧结晶的智库,对于人类社会的推进作用也越来越显著。世界各国,特别是我国,近年来对于智库也越来越重视,对智库的研究也越来越深入。但是,由于起步较晚,基础较弱,经验不足,我国智库数量虽已位列全球第二,但高端智库与世界顶尖智库相比还有较大差距,智库整体发展也不均衡,这就需要我们下大力气对智库建设进行深入研究、找准差距、弥补不足、迎头赶上。本文从智库的基本概念与发展,分类与作用入手,对智库发展现状和趋势分析,并以山西发展(网络)智库为案例,通过对山西省内部分智库实地调研,同时结合书籍、资料的收集、查阅、整理、集纳,深刻分析了目前山西发展(网络)智库存在的主要问题,即:经费不足;专家实力较弱;智库研究话题广度、深度不够;智库间互动不多,学术氛围不浓;组织不够完善;研究成果落地项目较少等。针对以上问题,并借鉴国内外优秀智库的成功经验,本文明确提出了五点合理化建议:一是多渠道补充经费,提高智库影响力;二是吸引更多山西省内外各专业领域的优秀专家加入智库团队;三是积极开展互动交流,打造山西地方智库联盟;四是组织各种交流活动,培养专家的认同感、向心力;五是做好智库定位,成为党和政府的智囊团、好帮手。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 杜成龙

A3 高红

PB 青岛大学

T1 地级市科技智库建设研究

CL 硕士

YR 2017

K1 科技智库;决策咨询;烟台市;科协

Science and technology think tank;;Decision making consultation;;Yantai City;;Science and Technology Association

AB 当前时期,我国正处于经济社会发展的重要战略机遇期和社会矛盾凸显期,通过转方式、调结构,促进社会和谐稳定、经济可持续发展的任务艰巨繁重,迫切需要发挥科技智库的智囊团作用,为党和政府决策提供决策咨询和智力支持。近年来,在党和国家的支持引导下,我国科技智库建设取得了较快发展。但是,从国际上来看,我国科技智库与欧美等发达国家相比还存在很大的差距;从国内来看,科技智库是中国特色新型智库的重要组成,地级市科技智库是科技智库体系的重要基础,但是我国科技智库发展很不平衡,有国家资金扶持的国家级科技智库建设发展较好较快,而以地级市为主体的地方科技智库因受限于资金、人才、制度等诸多因素因而建设发展相对较为缓慢。然而,伴随市域经济的不断发展和基层社会矛盾的日益凸显,亟需科技智库的智力支持和决策引导。因此,地级市科技智库建设的重要意义和现实状况值得我们去深入研究和加以解决。本文以烟台市科协为例,对我国地级市科技智库建设情况进行了实证分析研究。文章首先分析了科技智库的概念内涵、特征、类型和功能定位等内容;详细阐述了烟台市科协的组织框架、社会职能、运行机制和决策咨询模式等发展状况,归纳总结了烟台市科协科技智库建设的主要做法和作用成效;深入剖析了烟台市科协科技智库建设中存在的问题及产生的原因;介绍总结了美国、英国等发达国家科技智库建设的成功经验,以及南京、武汉等国内先进城市的相关先进做法。在此基础上,结合我国地级市社会经济发展实际,围绕优化外部环境和加强自身建设两个方面,提出了强化政府扶持力度、鼓励智库资金来源渠道多元化、彰显自主独立性、畅通信息沟通渠道、创新组织机构管理机制、完善人才培养激励机制、健全智库成果推广转化机制、加强合作交流平台建设等一系列对策建议,以期为烟台市科协机构改革、能力提升提供理论参考,为我国科技智库建设研究和中国特色新型智库体系建设研究提供可供借鉴的个案。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 丁卫

A3 杨斌

PB 西藏大学

T1 西藏高校智库建设的研究

CL 硕士

YR 2017

K1 智库;高校智库;智库建设;公共政策;西藏

Think tank;;University think tank;;Think tank construction;;Public policy;;Tibet

AB 随着我国综合国力的提升和发展阶段的转变,中央决策所面临的国内外环境正在发生深刻变化,全国上下对中央政府各种决策的科学性、合理性、可行性的期望值更高。而当下正是建设中国特色新型智库的重要阶段,作为众多政策参与主体之一的智库,越来越被重视和关注。本文根据中央提出的“加强中国特色新型智库建设,建立健全决策咨询制度”的要求,结合教育部对高校智库建设的指示,立足西藏自治区高校智库建设的实际情况,以精英主义、多元主义和政策参与理论为基础,以国外高校智库建设经验为借鉴,首先分析了西藏高校智库建设的现状及存在的问题;其次又进一步分析影响西藏高校智库建设的各种因素;最后结合实际,提出完善西藏高校智库建设的对策建议。由于西藏高校智库建设起步较晚,其影响力、知名度较低,而且在整体建设过程中存在管理体制机制不健全、融资渠道缺乏、人才队伍建设水平低及沟通交流平台薄弱等问题。本文期望通过实际研究,从加强西藏高校智库独立性、完善高校智库体制、加强各项政策支持、整合不同智力资源、扩宽融资渠道、搭建国内外交流平台等方面对西藏高校智库建设提出一个较为合理的发展路径,期冀能实现西藏高校智力资源整合,提升民主政治的发展以及社会开放程度,提高高校智库参与政策制定的能力,完善公共政策制定的质量和水平。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李珍妮

A3 李艳

PB 河北师范大学

T1 国家治理视域下构建中国特色新型智库的路径探索

CL 硕士

YR 2017

K1 国家治理;中国特色新型智库;政治系统;治理环境

National Governance;;The New Think-tank with Chinese Characteristics;;Political System;;Governance Environment

AB 公共政策的科学化和民主化带来了智库的兴起。中国特色新型智库作为相对稳定且独立的政策研究和咨询机构,在参与政府决策、搭建多元利益和价值观念的政策参与渠道、汇聚人才、引导公众舆论、助推公共外交等方面发挥着重要作用,推动着国家治理现代化。在经济全球化的大背景下,国家治理现代化强调从单向维度的传统型国家管理模式向多元互动维度下的现代国家治理模式转变,这种转变在为智库生存和发展提供机会空间的同时,对智库提出了更高的要求,为中国特色新型智库建设指明了方向。本文试图在国家治理视域下,把中国特色新型智库作为研究对象,运用国家治理理论和政治系统理论,探讨国家治理与中国特色新型智库的关系及中国特色新型智库的构建路径,为中国特色新型智库建设提供一定的理论参考和现实思考。本文在第一部分以“国家治理”和“中国特色新型智库”为切入点,采用文献分析法和比较分析法,在国内外相关研究的基础上,体会中国特色新型智库参与国家治理的理论意蕴,界定国家治理和中国特色新型智库的内涵,论述国家治理理论和政治系统理论,寻找中国特色新型智库与国家治理的内在契合并搭建起本文的理论分析框架。分析认为,中国特色新型智库作为决策咨询机构是国家治理体系的重要组成部分,是国家治理体系大系统中的一个小系统,国家治理体系构成了中国特色新型智库发展的外部环境。一方面国家治理向中国特色新型智库提出了需求和支持,国家治理体系的民主性、制度性、法治性、协调性决定了中国特色新型智库参与国家治理的范围和程度。另一方面,中国特色新型智库内部治理关乎智库自身能力,影响着智库参与国家治理的质量和水平,关系着国家治理现代化的实现。中国语境下国家治理蕴含着“多元共治”和“元治理”的内涵,这要求国家治理导向下中国特色新型智库建设既要坚持党和政府的领导,又要发挥社会多元共治的作用。第二部分论述了中国特色新型智库参与国家治理的现实形态,明确中国特色新型智库参与国家治理是现代政治发展的必然选择,是国家治理体系与治理能力现代化的重要内容,是国家软实力的重要组成部分。在具体实践上,中国特色新型智库在参与政府决策,充当政府的外脑,搭建多元利益和价值观念的政策参与渠道,引导公众舆论,促进公民社会发展,为政府储存和输送人才,推动公共外交,提升中国软实力方面发挥着重要作用。第三部分详细分析了当前中国特色新型智库的发展治理困境,即:智库发展面临着政府失灵、市场失灵、社会失灵的外部困境和组织定位不准确、内部治理机制不健全的内部困境。第四部分通过介绍国外智库建设经验,寻找中国特色新型智库的可借鉴之处。第五部分立足国家治理,针对中国特色新型智库面临的外部治理困境和内部治理困境,从政府治理、市场治理、社会治理和智库内部治理出发,对中国特色新型智库建设提出具体建议。本文的基本结论是中国特色新型智库是国家治理体系的重要组成部分,国家治理体系构成了中国特色新型智库发展的外部环境,国家治理的“多元共治”和“元治理”内涵为中国特色新型智库建设提供了思路。国家治理导向下构建中国特色新型智库就要立足国家治理的大环境中,在党和政府的领导下,重视社会多元力量,加强内部治理,破除当前智库面临的治理环境障碍,走出一条适合中国智库发展的道路。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 林碧芬

A3 许培源;张建伦

PB 华侨大学

T1 《论语》管理智慧在X公司职业化素养塑造中的应用研究

CL 硕士

YR 2017

K1 《论语》;管理智慧;东方管理;职业化素养塑造

"The Analects";;management wisdom;;oriental management;;professional quality shaping

AB 当前,模式化、工具化、经验化的现代西方企业管理理论的弊病,学难以融通、学难以致用等问题正成为中国企业管理人士面临的共同障碍,从国学中寻找管理智慧成为一种重要思路和指向。在市场竞争日益激烈的国际国内市场,人才是企业获得竞争优势的根本,员工的职业化素养是决定企业人才竞争优势的根基,如何有效塑造员工职业化素养成为当今企业管理的重要议题。“半部《论语》治天下”。由孔子智慧引申而来的《论语》管理智慧,对于管理者和企业家构建自身企业的企业文化以及职业素养塑造具有重要的借鉴和启发作用。本文从《论语》管理智慧精髓与价值以及现代企业职业化素养存在问题和原因引入,以《论语》管理智慧在X公司职业化素塑造的应用实践为核心,从职业道德、职业心态、职业意识、职业习惯及职业技能五方面进行实践应用研究与论述,重点考察了管理智慧在X公司员工职业化素养塑造中的应用效果及“四点两化”应用要领,详细论述了《论语》管理智慧在X咨询公司员工职业化素养塑造应用的着力点和契合点,寻求发挥《论语》管理智慧在现代企业员工职业化素养塑造中的可供复制的成功经验。研究发现:(1)传统文化《论语》管理智慧在员工职业化素养塑造中具有较大的应用价值;(2)将《论语》管理智慧应用于企业员工职业化素养塑造是易被员工接受的、简单易操作的,具有可供复制、可有效应用推广的操作思路与实施要领;(3)《论语》管理智慧的应用可以帮助企业有效提升员工职业道德、职业心态、职业意识、职业习惯、职业技能等职业化素养;(4)该应用研究可以有效促进企业的欣赏式文化打造、关键人才快速成长、人才建设、管理制度完善等,值得大力推广。本文的应用研究验证了《论语》管理智慧在企业员工职业化素养塑造中应用的重要性、必要性、可行性与有效性。希望通过该应用研究,引起管理者对东西方管理智慧、传统文化与现代管理的融会贯通、相互补充,为企业职业化素养塑造提供新思路、新渠道。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李慕

A3 袁洪英

PB 黑龙江大学

T1 我国社会智库培育和发展研究

CL 硕士

YR 2017

K1 社会智库;培育策略;社会治理

social think-tanks;;Cultivating strategies;;Social governance

AB 社会智库旨在为政府的决策提供智力服务,进而使我国的治理机制更加健全。在重大决策之前,政府只有从多方面广纳建议,才能做出更加健全、科学、合理的决策。而社会智库作为独立第三方智力机构不可或缺。目前我国社会智库的发展尚处摸索期,可供参考和借鉴的现实经验十分匮乏。不同国情决定了不同的发展路径和作用机制,所以国外的社会智库经验并不能为我国社会智库发展直接照搬。因此我国社会智库培育与发展的策略需要单独的分析与探讨,才能找出适用于我国特殊社会主义国情的实践方案。然而我国社会智库面临着经费严重缺乏、筹资渠道不畅通、难以吸引人才等既有管理思路受限的问题。同时,社会智库自身的定位较为模糊,自身的发展实力也亟待加强。除此之外,我国社会智库发展的外部助力不足,即需要更多社会力量和资源对社会智库的培育和发展进行扶持。可见,我国社会智库的生长存在先天不足的现象,首先缺乏生长的良好土壤,其次缺少生长必备的经济保障,最后缺少生长的催化剂。希望本文为今后该领域相关研究提供创新的理论基础,为今后的发展实践提供一定的管理思路。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 胡艳芳

A3 常金玲

PB 郑州航空工业管理学院

T1 河南省航空经济智库建设研究

CL 硕士

YR 2017

K1 aviation economy;think tanks;aviation economic think tank;operation mode

aviation economy;;think tanks;;aviation economic think tank;;operation mode

AB Under the new normal of China economic development,aviation economy,as a new economic form,plays a key role in enhancing regional economic competitiveness and promoting leap-forward development,which has become a new driving force for national and regional economic development.In order to speed up the development of aviation economy and the aviation economic status in Henan Province,it is extremely important to set up aviation economic think tanks and provide development strategies and intellectual support.Based on the current situation of the construction of aviation economic think tanks in Henan Province,this paper firstly finds out the problems existing in the construction of aviation economic think tanks in Henan Province by investigation and analysis,and finds out the theoretical basis for the problem,thus to determine the organizational elements of constructing aviation economic think tanks in Henan Province.Secondly,according to the elements of aviation economic think tanks in Henan Province,the operation mode of aviation economic think tanks is constructed,and the realization path of aviation economy think tanks in Henan province is put forward.Then,taking the example of ―Collaborative Innovation Center for Aviation Economy Development‖ as an example,this paper analyzes how this center organization plays an important role in the development of construction of aviation economic think tanks in Henan Province from aspects of development mode of the aviation economic think tanks.Finally,the shortcomings and problems to be solved are summarized in this paper.

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 黄松菲

A3 李刚

PB 南京大学

T1 中国智库内参研究

CL 硕士

YR 2017

K1 智库内参;决策咨询制度;科学决策;中国智库索引;CTTI

think tanks' internal reference;;decision-making consultation system;;scientific decision-making;;Chinese think-tank index;;CTTI

AB 我国政府很早以前就提出了科学决策的口号,近年来对科学决策的重视有增无减。党的十八届四中全会更是将科学决策加以法制化,最终确立了政府决策咨询制度的法律地位。在政府决策咨询中,智库是一个非常重要的咨询对象,近年来智库也十分积极参与到我国政府的决策过程,为各项政策的出台和落实极力出谋划策,成为了我国政府治国理政的一个重要帮手。智库内参是智库参与政府决策的一个重要手段,指的是一些智库通过一定的渠道呈递给特定的政府领导和部门参阅的报告等。随着智库数量的增长和智库参与政府决策过程的不断加深,智库内参的数量也一直在攀升,成为了一类特殊而重要的文档。但是目前还比较缺少对智库内参较为系统全面的研究,大部分文献对智库内参的研究只是提到了其作为智库参与政府决策过程和议程设置的一种手段,并没有对智库内参做出更全面系统的探讨和论述。因此笔者在此尝试性地将智库内参的概念解释、特点、作用、历史回溯、发展现状、面临的问题和相应的对策等方面对其进行较为系统全面的研究。第1章,笔者阐述了本文的选题背景和选题意义,分析了相关的研究现状,阐明了研究思路和研究方法,并说明了本文的创新点。第2章,笔者阐述了智库内参的概念含义,并对其特点和作用进行了较为详细的分析,然后还列举了同位类的其他类型内参,以便让读者对智库内参有一个初步的认识。第3章,笔者追溯了内参在我国各阶段历史上的发展脉络,包括中国古代的"内参"——密奏,建国前后的新闻内参,建国后的智囊内参以及改革开放后的智库内参等,并对不同的内参进行了比较研究,归纳出从其他内参到智库内参的变化,以便今后智库内参能够更好地发展。第4章,笔者以中国智库索引(CTTI)平台现有的智库内参数据为基础,从年度、地区、类型分布等多个维度对智库内参进行了定量分析和信息挖掘,揭示其分布情况和发展规律,以便让读者能够更深入地了解当前智库内参的发展状况,更好地明确其以后的发展方向。这一章也是本文的重点部分。第5章,笔者结合第4章揭示的智库内参发展现状和智库内参文档自身的特性,列举了智库内参发展面临的几个问题,包括地域分布不均、各类型智库内参上报渠道分布不均、高校智库内参不够"接地气",以及智库内参的档案管理问题等,并提出相应的对策。第6章,笔者回顾了全文,总结了本文研究中的一些不足,并提出了对今后智库内参研究的展望。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 马晴

A3 刘军

PB 华东师范大学

T1 美国主流智库对“一带一路”战略的认知探析

CL 硕士

YR 2017

K1 "一带一路"战略;美国智库;认知框架;应对政策

"One Belt One Road" Strategy;;The U.S.Think-tanks;;The Cognition Frame;;Policy Responses

AB 2013年9-10月,习近平主席出访哈萨克斯坦和印度尼西亚,先后提出了"丝绸之路经济带"和"21世纪海上丝绸之路"(简称"一带一路")倡议,并成为中国的一项国家战略。中美关系是21世纪最复杂、最关键的大国关系。作为全球最发达、最具话语权的政治国家—美国如何看待"一带一路"战略,将在一定程度上影响沿线国家的态度和认知,进而影响该战略未来的推进与实施。虽然美国官方针对"一带一路"战略做出的明确回应较少,但我们可以通过对具有美国政治决策"外脑"之称的智库中学者观点进行分析,进而从一定程度上探知美国官方态度。美国智库在外交政策制定中占据着举足轻重的地位,其一方面通过"旋转门"机制向政府输送官员来直接影响对外政治决策,另一方面通过大众媒体宣传、举办研讨会等方式来引导社会舆论和思潮,间接影响政府决策。布鲁金斯学会、卡内基国际和平基金会、传统基金会以及美国进步中心是美国较为著名的智库,同时拥有研究中国的权威专家,观点十分具有典型性和代表性。本文选取这四个主流智库2015年至今在官方网站的评论文章、引用文段等作为分析样本,梳理和搭建了主流智库学者们对"一带一路"战略的认知框架,在此基础上,从中美对比视角总结出美国主流智库对"一带一路"战略的总体评判,并试图挖掘出未来美国政府对"一带一路"战略可能采取的政策。整体上来看,美国智库中虽然存在一些理性、客观的看法,但更多的是对中国实施这一战略的动机表示怀疑,认为"一带一路"战略有助于提升中国国际影响力,引发中美展开竞争,对美国在亚太地区的主导地位带来挑战。在应对上,短期之内美国或许仍采取观望的态度,但长期来看更倾向于约束、制衡甚至是破坏中国这一战略的进展与实施。美国暂时的观望恰好为中国留出了行动空间与时间。目前中国不仅要通过现有的双边或多边机制来和美国进一步沟通交流、增信释疑,更应该采取一些具体的措施来加强中美合作,同时增加美国干涉或影响"一带一路"战略的难度,积极推进"一带一路"战略的实施。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 孔月明

A3 李玮

PB 中共辽宁省委党校

T1 中国特色新型智库建设存在的突出问题及其发展路径

CL 硕士

YR 2017

K1 中国特色新型智库;智库影响力;发展路径

the New Think Tank of Chinese Characteristics;;Think Tank Influence;;Development path

AB 随着“互联网+”和全球化时代的到来,国际国内环境变得日益复杂。国家的政策能力以及智库发展水平已成为衡量国家治理体系和治理能力现代化水平的标准,由于提升智库对公共政策决策的影响力已经成为提升国家政策能力的重要手段,加之,信息量扩张性的增长使得智库应对复杂信息环境的作用越来越突出,并将其纳入到衡量国家“软实力”水平的重要因素,所以当前我们要特别重视加强智库建设。2015年1月20日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于加强中国特色新型智库建设的意见》强调了中国特色新型智库的重要地位,是建立健全决策咨询制度的前提条件。而当前我国正处在“三期叠加”的特殊时期,面对日趋复杂的新形势、新问题及发展的不确定性等问题,政府急需加强与完善中国特色新型智库建设,补缺在信息、时间和专业知识思想等方面的短板,进行创新性、科学性和前瞻性的理论研究。为此,本文通过借鉴智库的相关理论,运用逻辑分析、文献分析及比较研究的方法,分析中国特色新型智库在建设中存在的突出问题,力图探索出中国特色新型智库建设的新路径以提升其对公共政策的影响力。论文首先通过对智库的相关资料的分析、整理与研究,界定了中国特色新型智库的内涵。其次,对加强中国特色新型智库建设的重要性与必要性加以分析。再次,分析了中国特色新型智库建设中所存在的突出问题:中国特色新型智库自身存在的缺陷;中国特色新型智库管理机制不完善;中国特色新型智库制度环境制约;中国特色新型智库的国际化水平不高,半开放式的发展模式制约智库国际影响力的提升。最后,针对其存在的问题探讨了解决对策,宏观上,营造中国特色新型智库健康发展的环境氛围:1.坚持党的领导,把握正确方向,形成特色鲜明中国特色新型智库;2.坚持围绕中心、服务大局,不断促进社会稳定与发展;3.坚持科学精神、鼓励大胆创新,不断推动科学进步与理论发展;4.坚持“四个全面”战略布局,为实现中国特色新型智库建设提供目标导向。微观上,加强中国特色新型智库自身建设;完善中国特色新型智库管理机制;建立和完善智库生存与发展的制度安排;扩展智库研究的全球性视野,重塑世界话语权。得出的结论只有充分了解中国特色新型智库发展中所存在的突出问题,才能从根源上找出制约中国特色新型智库发展的因素,并从根本上引导和促进中国特色新型智库健康良性的发展。希望通过本文的研究与分析,能够对促进中国特色新型智库向国际一流水平发展起到一定的借鉴意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李治儒

A3 曹蓉

PB 西北大学

T1 我国民间智库运行机制研究

CL 硕士

YR 2017

K1 智库;民间智库;运行机制;中改院

think-tanks;;civil think-tanks;;mechanism;;CIRD

AB 伴随着复杂多变的国际形势和国内全面深化改革进程中的诸多难题,单靠体制内的智库(各级社科院、政策研究室、党校等)已经不能完全满足政府日益增多的决策信息需求,政府在制定公共政策时需要更加精准、科学、系统的信息支撑。民间智库扎根民间,能够更多地接触社会底层群体,收集来自民众的利益诉求,是对官方、大学下属型智库的很好补充。研究我国民间智库运行机制是顺应行政决策民主化、科学化和规范化发展的必然要求,同时也有利于促进民间智库的良性发展。本文以运行机制为切入点,紧紧围绕运行机制的五个方面,通过与美国民间智库运行机制作比较,发现我国民间智库的组织结构、筹资方式、人员管理、成果转化以及外部关系都不同程度的存在问题,而思想市场滞后、现有决策体制制约、法律地位不明确、传统官本位思想文化影响以及专业化分工水平低是导致问题产生的重要原因。中国(海南)改革发展研究院作为我国民间智库的佼佼者,其运行机制和发展经验对我国民间智库的成长和发展有很好的借鉴意义,本文以中改院为个案研究,结合美国民间智库运行机制的启示,提出了优化我国民间智库组织结构、完善筹资方式、探索适合我国的“旋转门”、健全成果转化体系以及创造良好的外部关系五点对策建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 郎佳彦

A3 谢毅

PB 对外经济贸易大学

T1 移动互联网背景下服务型公司商业模型研究

CL 硕士

YR 2017

K1 移动互联网;服务型公司;商业模型再造

Mobile Internet;;Service company;;Business model Reengineering

AB 互联网时代的到来加速了信息的传递,不同的理念相互碰撞形成了不同的突破性观点。与此同时科技的进步促使着各种智能设备纷纷问世,智能设备随着社会的发展,普及度越来越高。越来越多的用户使用移动智能设备,随之众多的应用程序被安装到智能客户端,这一行为方式带来了移动互联网行业的变革,移动通信行业+互联网逐渐进入人们的视野,不断引起人们的关注与研究。此外,无论移动通信行业还是互联网都可以参与到各行各业当中,与各行业进行合作,通过这一合作促使双方获得新的发展与机遇。在这一背景之下,作者从移动互联网这一行业背景出发对服务型公司商业模型进行研究,通过研究寻找在移动互联网背景下服务型公司商业模型发生了什么样的变化,进行着什么样的再造,通过这一商业模型再造促使着企业发生了什么样的变化这三个问题。在研究过程中,作者根据服务型公司的特点运用文献研究法、描述性研究方法等主要从公司业务流程再造,盈利模式再造以及顾客价值再造三方面进行了深入研究。经过研究作者发现目前市场上商业模型再造是当前经济市场的必然要求,也是服务型公司发展的必然趋势。但是,在商业模型的再造过程中,公司要注意做到宏观以及微观方面的同时再造。这样对于公司的长期发展战略的实施是十分有好处的。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 吴晗

A3 董小川

PB 东北师范大学

T1 美国加图研究所研究

CL 硕士

YR 2017

K1 加图研究所;美国;自由意志主义;智库

Cato Institute;;the United States;;Libertarianism;;Think Tank

AB 根据美国宾夕法尼亚大学“智库与市民社会项目”(The Think Tanks and Civil Societies Program)的研究,加图研究所是当今美国国内政策研究领域的十大顶尖智库之一,在美国社会的许多领域都有着重要的影响力。与其他美国的顶尖智库相比,加图研究所最大的独特之处在于,它并不属于美国政治中传统的自由派与保守派两大阵营,而是秉持自由意志主义的思想理念,这使得其在美国的顶尖智库中独树一帜。加图研究所由一个默默无闻的政策研究机构,发展为当今美国的知名智库,除了时代的机遇和得当的运营策略,更与其自由意志主义理念有着直接的关系。新世纪以来,特别是2008年金融危机后美国政治所经历的一系列事件表明自由意志主义理念正在成为当代美国政治思潮中的一股新兴力量。而加图研究所的成功正是得益于自由意志主义理念在美国社会的快速发展。借助于大量一手史料和前人研究成果,本文将以加图研究所为研究对象,探究该所的发展历程,并对其所秉持的自由意志主义理念的理论渊源和历史演变进行梳理,同时就加图研究所如何在具体的政治议程中实践这一理念,并由此突破美国传统的两极政治格局,成为当今美国独具思想特色的顶尖智库进行更为深入地研究。通过这一研究,助于我们进一步认识到当代美国的智库文化,以及当今美国政治可能正在经历的一些重要变化。除引言和结语外,本文将分为三个章节,第一章对加图研究所的成立背景、发展历程、组织机构和其影响力来源等问题进行初步介绍。第二章则从理论渊源和时代背景两大视角出发对现代美国自由意志主义理念的产生和发展进行研究,并分析这一理念对于加图研究所政治立场和政策观点的影响。第三章是案例研究,以20世纪70年代末以来美国的社会保障制度改革和2010后美国反奥巴马医改法案的一系列司法诉讼案为案例,研究加图研究所如何在现实中实践其自由意志主义理念,并产生了哪些影响。由此进一步分析这一理念的特征和局限,及其给加图研究所的发展所带来的影响等问题。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 项楠

A3 王皓

PB 对外经济贸易大学

T1 责扬天下社会责任咨询公司发展战略研究

CL 硕士

YR 2017

K1 社会责任咨询;服务质量;价值创造;发展战略

CSR consulting;;service quality;;value creation;;development strategy

AB 2010年9月,企业社会责任国际标准ISO26000颁布,标志着全球层面的社会责任标准正式出炉。从此,企业社会责任不仅仅只是一种经营理念,更是发展为影像全球的社会责任国际标准,国际社会对社会责任的重视不断凸显。责扬天下社会责任咨询公司(以下简称“责扬天下”)作为国内企业社会责任咨询服务的领先者,如何适应新形势下企业社会责任咨询公司的经营转型,并在我国企业社会责任发展战略中发挥更大更全面的支持作用,如何为全行业树立服务质量提升与经营价值创造的典范,如何进行发展战略调整?这是本文研究的主要课题。笔者根据自己在责扬天下社会责任咨询公司的工作经历,试图运用战略管理理论,借助PEST分析模型、波特五力分析模型、SWOT分析模型等常用战略管理工具,对责扬天下的发展战略进行研究。从宏观环境来看,本文认为随着国家的政策支持力度加大、负责任的商业环境逐步建立、人民日渐萌发责任消费理念,社会责任咨询行业发展前景广阔。但受社会责任咨询客户体量不大、市场准入低、低成本领先战略咨询机构的围剿、专家型客户不断增强的社会责任知识和专业能力等因素影响,行业竞争激烈。从微观层面来看,责扬天下面临着业务需求增长过快与人员不足的矛盾突出、员工激励及职业发展体系不健全、整体业务布局不完善、品牌与市场推广力度不够等诸多问题,通过分析,本文认为责扬天下应开展品牌化建设和差异化运营,并通过加强团队建设和提升管理,作为实现战略布局的最优路径,为我国企业社会责任咨询行业的整体战略规划提供典型样本。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王歆妍

A3 陈小平

PB 湖南中医药大学

T1 中国特色新型中医文化智库建设研究

CL 硕士

YR 2017

K1 中国特色新型智库;中医文化智库;智库建设

A new type of think tank with Chinese characteristics;;TCM cultural think tank;;think tank construction

AB 智库,又称智囊团、头脑企业、智囊集团或思想库、智囊机构、顾问班子,是专门从事开发性研究的咨询研究机构。中国特色新型智库是党和政府科学民主依法决策的重要支撑,是国家治理体系和治理能力现代化的重要内容,是国家软实力的重要组成部分。中医文化作为中华文化的瑰宝,是独具中国特色的文化体系,具有软实力的特质。中医文化智库建设是服务党和政府科学民主决策、破解中医发展难题的迫切需要,对于提升国家软实力具有重要意义。中医文化智库建设理应成为中国特色新型智库建设的有机组成部分。本文以马克思主义文化观为理论指导,梳理了新中国成立以来智库建设的历程,提出了中医文化智库是中国特色新型智库的重要组成部分,凸显了中医文化智库建设在中国特色新型智库建设中的重大战略价值与现实意义。本文阐释了中医文化智库的内涵与功能,并从中国特色新型智库的角度对中医文化智库建设的机制、模式和路径进行了分析,意图彰显中医文化智库建设的中国特色、中国风格和中国气派。中国特色新型中医文化智库建设具有重要理论意义。依据中国特色新型智库的建设与发展,探索中医文化智库建设,能丰富和完善中国特色新型智库建设理论。结合中国的医疗改革环境,中国特色新型中医文化智库能为党和政府科学民主决策、破解中医发展难题提供智力支持与理论支撑。同时,建设中国特色新型中医文化智库具有重要的实践价值。不仅能为中医管理相关部门提供决策参考,辅助国家决策破解中医发展难题,还能切实解决民生问题,服务百姓健康、促进社会和谐,并最终推动中医文化传承创新,弘扬祖国优秀传统文化,提高国家文化软实力。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 孟漫

A3 陈升

PB 重庆大学

T1 社会智库运行机制与影响力：国内三个案例的比较研究

CL 硕士

YR 2017

K1 社会智库;运行机制;政策路径;案例研究

social think tanks;;management and operation mechanism;;influence;;case study

AB 现今,智库数量在全球范围内呈快速增长趋势,中国智库也开始迅速发展。随着党的十八届三中全会提出“加强中国特色新型智库建设,建立决策咨询制度”,中国智库的发展逐渐迎来“黄金时代”。而2015年国家高端智库建设试点工作会议的召开,标志着中国智库建设进入国家发展宏大框架中。与发达国家的智库相比,我国智库发展还不成熟,智库力量很不均衡,尤其是社会智库的发展存在较多困境。那么,中国社会智库如何在现有的限制条件下寻求突破和发展?其重点在于自身力量的巩固与加强,因此科学的管理运行机制是关键,本文将针对如何通过管理运行机制提升影响力进行探索。本文首先介绍了智库的概念及性质等相关情况;再对国外智库的发展实践进行了梳理,主要介绍了美国、英国、日本三个典型国家的智库发展经验;然后选择三个社会智库,利用案例分析方法分别分析了智库运行机制的四个层次:研究人员管理机制、资金筹集机制、研究项目管理机制和成果管理机制的发展现状及其与智库影响力的关系,研究结果显示智库的研究人员管理机制、资金筹集机制、项目管理机制及成果管理机制都对智库影响力的提升产生不同的影响,不同智库的各个机制建设也存在不同的瓶颈,有些也是社会智库发展过程中普遍存在的问题。基于研究结果,本文构建了社会智库运行机制提升影响力的理论框架。最后根据案例分析结果,从智库本身、社会两个层面给出了对策建议,为建设制度创新、引领发展的中国特色新型智库贡献力量。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王海成

A3 付传

PB 黑龙江大学

T1 我国社会智库参与公共政策制定的路径研究

CL 硕士

YR 2017

K1 智库;社会智库;公共政策制定;政策咨询

Think tank;;Social think tank;;Policy policy making;;Policy advisory

AB 社会智库研究是一个崭新的课题。中共十八大以来,出于科学发展、社会治理和应对复杂多变的国际局势的现实需要,构建多元的适合中国国情的新型智库体系迫在眉睫。近年来,党和国家密集出台了加强中国特色新型智库建设的一系列顶层设计举措,中国特色新型智库的发展步伐加快,尤其是相对弱小,具有独立、公益、民间和第三方特质的社会智库,迎来了发展壮大的最好时期,成为构建中国特色新型智库中不可或缺的重要一极。采取有效措施引导社会智库参与公共政策制定,有助于提升公共政策制定的科学性和民主性,有助于提升国家软实力和国家治理能力。基于此,研究社会智库参与公共政策制定的路径问题具有重要的理论意义和现实意义。社会智库是中国特色新型智库的组成部分,是为党和政府提供决策咨询服务、为社会公众提供思想产品,以公共政策为研究对象的非营利性社会组织。社会智库参与公共政策制定有利于提升我国政策咨询市场的服务水平,有利于表达公众真实地利益诉求,有利于增强政策方案的可操作性,有利于提高公共政策制定的科学水平。社会智库参与公共政策制定的现有路径选择,发挥了社会智库的政策咨询功能,但仍受到原有制度惯性的约束,阻碍着社会智库功能的进一步发挥。优化社会智库参与公共政策制定的路径应该从社会智库和制度环境两方面着手,促使社会智库更好地发挥政策咨询的作用,为我国公共政策制定的科学化和民主化贡献力量。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 杨启东

A3 侯丽敏

PB 华东理工大学

T1 F咨询公司精准营销策略研究

CL 硕士

YR 2017

K1 商务咨询;问卷调研;4R法则;精准营销

Business Advisory;;Questionnaire Investigation;;4R Principles;;Precision Marketing

AB 我国的咨询业伴随着改革开放而生,经过30多年的发展,虽已有了长足的进步,但仍然存在很多问题。F咨询公司作为商务咨询这一细分领域中的一员,受限于商务成本提高,市场竞争加剧和国内经济疲软,导致其很难做大做强。在此背景下,研究和制定精准营销策略就显得尤为重要。本文在对F咨询公司市场营销现状、问题及原因进行详细分析研究的基础上,依据精准营销相关理论,结合问卷调研数据分析,研究制定了F咨询公司的精准营销策略。F咨询公司面临的市场营销问题主要包括老客户推荐项目占比小、部分市场营销方式波动大、活动营销及简报营销转化率低、服务产品发展不均衡及客户委托频次低。造成F咨询公司市场营销效果不显著的主要原因为信息传递不够精准、信息传递方式不够丰富、营销努力不够、服务产品的定位和设计不够精准,产品线不够丰富、客户内部决策的不确定性及国家宏观政策的不确定性。通过问卷调研发现不同类型的客户对商务咨询的具体需求不同、获知商务咨询类供应商的信息渠道有所不同,而对于选择商务咨询类供应商的主要考量因素基本相同。基于此,我们制定了F咨询公司的精准营销策略,主要包括传递精准信息、优化和丰富信息传递方式、丰富产品线,高度重视服务质量、提升营销努力度、提高老客户互动频率及增强客户决策的确定性等。该精准营销策略将有助于解决F咨询公司目前遇到的市场营销问题,提高营销效益,降低营销成本,使得公司能够走上快速、低成本、可持续的发展道路。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 赵加英

A3 蔡林慧

PB 南京师范大学

T1 中国特色新型智库核心竞争力研究

CL 硕士

YR 2017

K1 中国特色新型智库;核心竞争力;智力资本

New Types of Think Tanks with Chinese Characteristics;;Core Competence;;Intellectual Capital

AB 中国特色新型智库作为国家思想创新的源泉,必须得到最大程度的重视。中国特色新型智库本身的核心竞争力就是智力资本。智力资本是智库发展过程中最重要和最稀缺的资源,智库核心竞争力的提升取决于对智力资本的管理。本篇论文共分成五个部分对中国特色新型智库核心竞争力展开论述和研究。第一部分是绪论。本部分依次对研究背景和意义、研究综述、研究内容和研究方法进行介绍。第二部分是论文核心概念界定和分析框架。该部分主要对三个核心概念进行了界定,并提出本文的分析框架。本文涉及的三个核心概念分别是中国特色新型智库、智库核心竞争力和智力资本。本文的分析框架指出中国特色新型智库的核心竞争力就是智力资本,智库的智力资本由人才资本、内部结构资本和外部结构资本构成。第三部分是中国特色新型智库核心竞争力建设存在的问题。中国特色新型智库核心竞争力建设存在的问题可以从人才资本、内部结构资本和外部结构资本三个维度来概括,其中人才资本维度的问题是智库人才队伍建设不成熟,内部结构资本维度的问题是内部运营管理制度不完善,外部结构资本维度的问题是外部政策支撑制度不健全。第四部分是国外智库核心竞争力建设的经验借鉴。这一部分对国外智库建设的成功做法进行了系统的介绍。本部分也是从人才资本、内部结构资本和外部结构资本三个维度进行介绍的。第五部分是提升中国特色新型智库核心竞争力的路径探索。本部分是整篇论文的一个重点部分,主要介绍了提升中国特色新型智库核心竞争力的路径措施。这些路径措施主要是从提升智库的人才资本、完善智库的内部结构资本和健全智库的外部结构资本三个维度展开论述。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李江

A3 程倩

PB 南京理工大学

T1 晚清幕府的智库功能分析及启示

CL 硕士

YR 2017

K1 智库功能;胡林翼幕府;智库建设

The function of the think-tank;;The mufu of Hu Linyi;;The constructure of think-tank

AB 智库是当代社会发展进程中,以多元化、个体性较强的公共政策和社会治理决策需求为研究导向与任务目标,以维护公共利益并使之最大化为研究原则,以承担社会责任,实施群体、民众意志为研究准则,具备较强专业性、科学性与包容性的研究组织、机构。智库成员遵守社会与自然发展客观规律,以追求事实、探究任务与决策问题真实状况为决策基准,向公务组织、政府等社会重要公共部门提供智力支持与产品,并同外部进行资源、财力、人力的多元交换与流动,以实现自身持续运行发展。当代社会对智库决策的要求将以独立自主性为主,追求相对中立建议并解决问题,缓解危机;智库功能与延伸职责对政府、公务机构的决策与治理行动也将产生诸多影响。随着社会的进一步快速变革,社会对智库参与决策与政府以智慧、理性为中心的治理需求愈发强烈,对智库功能建设要求日趋严格与精细。智库所具备的参议、提供智力服务与支持功能早在中国古代幕府时期便出现倪端。追溯具备提供智力支持、服务功能的组织属性、职责以及角色而言,幕府所处于当时社会政权结构中的智力中心地位,同当代智库所具备的智力服务与支持功能相契合;幕主在并不具备当代技术网络载体,缺乏法制机制维护及宏观安全稳定环境的条件下,对于政权、民意及相应利益群体的多重决策、利益诉求做出了较有效反应并提供服务,对政权、民意与自身幕僚群体意志进行了平衡;通过构筑并塑造幕府中枢性属性与职能,凝聚并形成军事、政事决策团体,确立了以战事为导向的决议原则,弱化了清政府的行政干涉与层次束缚,维护了湘军所执行战略的完整性与全面性。晚清幕府的智库角色与功能为当代智库建设带来了可供借鉴的经验与值得重视的不足。因此,通过晚清幕府的智库功能所带来启示,提升并完善当代智库的功能建设与职权设置,正确看待并形成智库同其他机构间联动效应,提升智库智力供给质量具备重要意义。文章以当代智库发展流程及功能建设为充分依据与事实,通过回顾并还原解析晚清历史中幕府及其成员在政权面临内外危机,决策与行政需求集中时所起到的作用、效应和对政权、政治群体、军队等功用,结合并系统性迁移当代智库建设所面临的常见问题,运用文献分析、个案迁移、历史借鉴和案例解析等方式,从晚清幕府的特征、组织结构、相应功能及其影响,和幕府的智库角色、属性之于当代智库的借鉴与启发意义等领域、元素详尽分析了智库与幕府共同存在与面临组织建设问题、决策角色与智库成员属性定位,从幕府塑造智库功能并产生影响的经验与不足两方面进行了探讨,重点强调幕府建设功能与属性的对应性和现实需求的契合性。最后,依据事物辩证性解析总结可供借鉴与需弥补的不足,从共性到个性分析,对智库组织的功能延伸、权力与影响力转化、综合资源的合法流动、多元机构与主体联合决策、职权与身份配置改革进行宏微观兼顾的迁移,具有针对性地提出改革、完善智库功能发展,解决危机的方法与对策。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 阮凤娟

A3 李财富

PB 安徽大学

T1 中国特色新型高校智库建设研究

CL 硕士

YR 2017

K1 中国;新型高校智库;贡献率;影响力;运行机制;对策

China;;New University Think Tank;;Contribution Rate;;Influence;;Operation Mechanism;;Countermeasure

AB 任何国家和地区的发展都离不开智囊团,如今,高校以其独特的学术优势获得了来自世界各地政客的认可。对中国经济社会发展而言,无论是改革开放以来的飞速发展,还是当今的战略转型,高校智库都提供了重要的智力支持。十八届三中全会就明确强调党和政府要着力加强中国特色新型智库的建设,开始重视智库对公共决策的作用。为保证党和政府决策的科学化和民主化,习近平总书记更提出了要进行高端智库的试点建设,知名的高校智库便位列其中。高校智库以其独特的优势成为现阶段国家新型特色智库建设的重点对象。在现行体制条件下,中国高校智库的建设也必须借鉴和学习西方尤其是美国高校智库的建设经验,但是借鉴并不意味着复制,我们在借鉴学习的同时还要结合当下中国国情,去粗取精,大胆创新我国高校智库的管理机制,理清与政府的关系,开拓交流渠道,走出一条适合中国高校智库发展的新型建设之路。这一重点举措也将会在我国智库建设上画上具有代表性的一笔。本文共分为七个部分。第一部分阐述了中国特色新型智库及高校智库研究的背景、研究目的和意义、国内外研究现状、研究的主要内容、研究方法、研究思路以及本文的创新点。第二部分首先明确了公共决策科学化、智库及中国特色新型高校智库的概念和内涵,其次从理论基础、中国智库发展历程及高校智库的建设对公共决策的影响三个方面论述了建设特色新型智库的迫切性。第三部分从高校智库出台的政策和取得的成就概括论述了我国特色新型高校智库建设的现状。第四部分分析了当前我国特色新型高校智库建设过程中所面临的问题,如内部运行机制不流畅、领军人物和杰出人才缺乏、科研模式与现实发展脱节、成果应用转化机制不健全等,并且分析了问题存在的原因。第五部分概括介绍了美国高校智库建设的定位和优势,及其对我国高校智库建设的启示。第六部分有针对性的从相关制度建设、培养优秀人才、创新科研模式、建立有效的智库产品评价机制等方面提出了完善我国特色新型高校智库建设的对策。第七部分作为文章的结语是对全文的概括性总结和升华。虽然我国智库的建设成就颇为卓著,但大多数都来自官方、半官方的智库,高校智库的建设还有待提高。但高校智库以它较为独立的立场,在公共决策的政策研究上更能提出具有深厚理论基础、前瞻性、立场鲜明的意见。本文分析了我国高校智库建设所存在的问题,提出了培育优秀人才、创新管理模式、改善评价机制和提高智库影响力等具体可行的意见,为我国新型特色高校智库的更好发展奠定基础。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 兰奇

A3 阎耀军

PB 天津工业大学

T1 基于前馈控制的新型智库建设研究

CL 硕士

YR 2017

K1 智库;新型智库;前馈控制;公共政策;运行机制

think tank;;new think tank;;feed forward control;;public policy;;oprating mechanism

AB 2013年,习近平总书记的"4.15批示"把我国新型智库的建设上升到了国家战略高度,我国开始进入了建设中国特色新型智库的新阶段。那么新型智库的"新"在哪里?笔者认为,前馈控制是新型智库的题中应有之义,是"新"的一个重要方面。前馈控制型智库的建立可以有效的提高我国社会预警的效度和信度,破解我国政府在公共管理领域前馈控制严重缺位的问题,提高政府在公共管理领域前馈控制的能力,使政府用少量钱预防而不是花大量钱治疗,因而可以降低公共管理成本,维护社会的稳定和公共的利益。前馈控制型智库的建设应从其机制系统模式的构建入手,本文对我国前馈控制型智库机制系统模式的设计是在政策过程理论、政府失灵理论、新公共服务理论和前馈控制相关理论的基础上,结合我国公共决策体制进行的。此外,本项研究也深入实际,通过新浪微博网民对十八届五中全会的态度倾向分析,对大数据挖据技术的一般流程进行了详细阐述,丰富了前馈控制型智库的方法和技术支撑体系,使前馈控制型智库能落实到具体的操作层面。当前我国已经由"战略机遇期"逐步转向"深化改革期",前馈控制型智库必将在政府公共决策中发挥越来越重要的作用,成为推进我国治理体系和治理能力现代化的重要力量。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 杜常镯

A3 靳继东

PB 东北财经大学

T1 中国智库独立性研究

CL 硕士

YR 2016

K1 智库;独立性;运行机制

Think tank;;Independency;;Operation

AB 随着国际经济全球化以及国内经济建设的不断发展,各国政府在公共政策过程中都面临着越来越复杂的社会问题。在剧烈变化的社会背景下,智库日益成为影响政府决策、参与政策过程的重要角色,智库的产生与发展是一种不可逆转的社会趋势。我国智库虽然起步较晚,但总体来讲发展势头迅猛,尤其是进入21世纪之后更是迎来了发展黄金期。我国智库的不断发展为促进公共决策科学化、民主化、法制化起到了重要的推动作用。众多智库的存在一方面帮助政府部门解决政策问题、达成政策目标,另一方面也帮助社会大众扩宽了表达自身利益诉求的渠道。但是我们应当看到,国内智库始终未能建立起国际一流智库的权威地位,其研究成果的影响力和国际话语权都相对较弱。如何更好的促进我国智库快速发展,解决智库现存的各种问题成为学术界所讨论的重要焦点。探究我国智库发展规律可知,国内智库独立性的缺失是造成我国智库各种现存问题的重要因素之一。本文首先对智库进行了基础性理论研究,对其概念、性质进行了初步探讨,根据我国智库发展实际情况,结合中国智库与政府的关系、智库管理特点等因素,将智库划分为官方智库、半官方智库、大学智库以及民间智库等。提出智库本身应具有的性质包括:研究的客观性、研究的独立性、机构的稳定性以及智库的影响力。本文第一次提出了智库独立性所包括的三层内在含义:成员独立、财务独立和运作独立。之后分别从筹融资渠道多样化程度、人才管理、成果转化与评价机制和组织运行机制四个方面建立评价智库独立性的标准。通过分析我国智库发展的时间脉络,深入研究智库发展现状以及呈现的突出特点后总结得出,我国智库独立性缺失的重要原因之一正是由于其长期处于政府过度管控之下导致智库在发展过程中在组织机制和管理运作中十分依赖政府。结合第二章中建立的四项独立性测评标准,分析我国智库在这四个方面中独立性缺失的具体问题表现;第三步分析了导致我国智库独立性缺失的外部制约因素以及智库内在的制约因素。外部因素主要包括封闭性的公共决策体制、不完善的社会政治生活环境等,智库内部性因素则主要包括自身发展时间较短、运作体制机制不成熟以及独立性本身所具有的相对性等;通过以上的层层分析,本文在最后一章中针对我国智库独立发展缺失的对策建议。主要包括了外部环境建设以及智库内部的机制建设等。本文从智库发展的独立性角度入手,结合西方国家成熟智库的建设经验,从我国智库发展的实际情况出发对我国智库发展的现存问题进行分析总结,在实证分析与数据分析的基础上提出了提升我国智库独立性的对策建议。最后,期望通过对我国智库建设中独立性相关问题的深入思考,对我国智库的未来发展提供有益帮助。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李祯

A3 孙健

PB 西北师范大学

T1 甘肃省新型智库建设研究

CL 硕士

YR 2016

K1 省委党校;新型智库;甘肃特色

Party school of Gansu provincial committee of CPC;;New think tank;;Gansu features

AB 纵观当今世界各国的现代化发展历程,智库在国家治理中发挥着越来越重要的作用。改革开放以来,我国智库建设事业快速发展,为党委和政府决策咨询提供了有力的智力支持。当前,甘肃省已进入全面建成小康社会决定性阶段,破解改革发展稳定难题和全面深化改革、发展和完善中国特色社会主义制度的复杂性艰巨性前所未有。在立足省情的基础上,迫切需要大力建设一批符合甘肃实际,体现甘肃风格、甘肃气派的特色新型智库,不断地以及时有效的科学咨询服务科学决策,以高质量的科学决策指导全省社会各项工作目标科学发展。在甘肃众多的特色新型智库中,省委党校新型智库是一个有其自身特点的智库.它作为培训轮训党员领导干部的主渠道,党的哲学社会科学研究机构,参训学员既可以是党校决策咨询的作用对象,又可以是决策咨询服务信息的提供者。因此,新形势下加强省委党校新型智库建设,对推动甘肃省新型智库建设具有理论意义和实践意义。全文以智库的基础理论为研究起点,深入探讨了省委党校新型智库的建设现状以及亟待解决的问题,继而,从内外两方面解构该问题并提出较为切实可行的对策和建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘淼

A3 赵雁海

PB 兰州大学

T1 和君集团竞争战略研究

CL 硕士

YR 2016

K1 管理咨询;战略管理;和君

Management consulting;;Strategic management;;Hejun Group

AB 管理咨询是针对企业经营管理而服务的知识型和人才密集型的行业,是社会分工进一步细化的产物。随着我国市场经济发展的逐步成熟,此行业在我国正逐步发展为朝阳产业。但是目前,我国的管理咨询行业还处在一个小散乱弱、外资咨询企业占领国内高端市场的局面。因此,如何进一步发展,探寻出一条我国本土管理咨询企业战略发展的道路至关重要。2000年,和君咨询成立。随后在2011年,以和君咨询为主体的和君集团在北京成立,注册资本达1亿元,集团员工约为1500人,目前是亚洲最大的咨询公司之一,也是中国本土咨询品牌中员工规模最大的咨询集团。作为中国本土咨询行业中的佼佼者,和君咨询的发展具有一定的典型性,所以对它的发展研究的可以供同行借鉴。因此本文以和君咨询为研究对象,以战略管理理论为支持,采用了文献研究法、比较研究法、定性定量等研究方法,详细的分析了和君咨询的发展现状,并运用PEST分析、波特五力模型分析、价值链分析、外部因素评价矩阵(EFE)、内部因素评价矩阵(IFE)、BCG矩阵、SWOT矩阵等工具对企业内部条件、外部环境、竞争能力等进行分析研究。在此基础上,结合和君集团的实际情况,利用QSPM分析工具对和君集团的发展战略提出建议,并提出相关实施重点以及对其他相关企业的借鉴之处。本文为和君集团的进一步发展提供了自己的思路和想法,也对中国本土的管理咨询行业的发展之路进行了一定的探索,略尽绵薄之力。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 孟文芹

A3 张伟

PB 中共中央党校

T1 我国智库能力建设研究

CL 硕士

YR 2016

K1 智库;智库能力;政治系统论;成果推销

think tanks;;think tanks abilities;;political system theory;;achievements marketin

AB 随着有关智库建设的文件一部部出台,智库的建设正如火如荼的开展,对智库能力的研究显得尤为重要。作为一国智囊机构,智库能力的强弱与国家软实力竞争息息相关,也影响国家治理能力的提升,其“智”更有助于中国经济实现转型升级。本文采用政治系统论的分析方法,将智库作为一个整体,从宏观视角对其运作进行研究,从输入、输出、转化三个方面进行框架构建,认为智库需要提升资源支持能力、成果产出能力以及成果转化能力,并提出了具有建设性的意见。第一章主要介绍了选题的背景及意义、当前国内外研究现状、研究的方法以及关于智库能力的基本概念。第二章运用政治系统论构建了智库能力框架,包括资源支持能力、成果产出能力以及成果转化能力,并且做了细致的梳理。资源支持能力的要素包括:经费、人才、信息、政策等方面。成果产出能力的高低取决于智库的体制机制是否畅通,包括经费管理、人才管理、选题机制、组织机构设置等方面。成果转化能力指研究成果转化为政策的程度,智库研究成果既要影响国内、又要影响国际;既要影响决策者,又要注意影响决策相关者;影响手段还要考虑多样性。并且对智库能力要素之间的关系进行了分析。第三章指出了我国智库能力建设的概况;智库能力建设存在的问题:资源支持能力不足,成果产出能力有待提高,成果转化能力薄弱;从资源支持不足,体制机制以及成果推销意识薄弱等方面对存在的问题做了分析。第四章认为智库应该增强资源支持能力,创新体制机制,注重成果推销以加强智库能力建设。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 秦晶

A3 齐捧虎

PB 西北大学

T1 英策智库发展战略分析

CL 硕士

YR 2016

K1 英策智库;PEST分析;发展战略;五力模型;SWOT分析

PEST analysis;;Development strategies;;SWOT analysis;;five forces model

AB 智库在中国不是新事物。它在功能上大致分四个方面：第一,决策咨询。第二,启迪民智。第三,储备人才。第四,平衡分歧。在我国最突出的功能是决策咨询。但是,目前我国智库建设存在资源分散、研究碎片化、低水平重复等问题,远远不能满足新时期新形势的需要。尤其是国家经济进入新常态,全面深化改革处于攻坚期,社会建设处于深层次矛盾凸显期。这些新变化对政府带来了挑战,尤其是对政府的决策提出了更高的要求,但是也孕育着机会,尤其是对政策咨询行业带来了前所未有的发展机遇。英策智库就是随着近几年中央高层不断释放支持智库发展的信号,特别是在做出‘发展中国特色新型智库’的重要指示后,应用而生的社会智库。面对咨询企业模式多样化、竞争环境恶劣化、客户需求严苛化、经济下行等多方面的综合因素,面对着市场化的行业环境,英策智库遇到了一些新的挑战和机遇。公司迫切需要运用战略管理的相关理论和方法,研究企业的发展战略。本文运用PEST模型对企业所在的宏观环境进行了分析,在国家政策环境带动下,社会智库的发展环境整体向好。另一方面,利用五力分析模型对行业竞争环境进行了分析,得出英策智库处于现有竞争者强大、潜在竞争者进入能力强大、客户议价能力强大、供应商议价能力相对较弱、替代品较弱的“三强、两弱”的产业环境特点。结合英策智库实际情况,本文对公司内部环境进行了分析,建立了SWOT模型。并在SWOT分析模型的引导下,根据英策智库自身条件和发展的需求选择目标集聚战略为基础的战略构思。并通过强化品牌培育、加强人力资源管理和加强组织管理等手段来保障公司发展战略的顺利实施。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 赵妍

A3 钱再见

PB 南京师范大学

T1 国家治理视域下的民间智库影响力研究

CL 硕士

YR 2017

K1 民间智库;国家治理;影响力测评;政策过程

Private think tank;;National Governance;;Influence evaluation;;Policy process

AB 国家治理是国家、社会以及公民个人合作治理公共事务的一种制度和权力安排,核心在于通过分权、让权、放权、赋权等途径打破政府单一治理主体对公共权力的垄断,促成国家权力回归社会。在此过程中,国家和社会通过制度化的、持续的互动合作过程实现公共目标和公共利益的最大化。智库咨询机构在国家治理能力和治理体系现代化过程中的重要作用得到了政界和学界的普遍认同。我国智库建设已经步入了务实合作的全新阶段,这也是国家治理能力提升的关键一步。在此背景下,民间智库在中国特色智库格局中的弱势地位则难与中国智库整体发展要求相匹配,当务之急应准确判断民间智库发展困境,着力提升民间智库影响力。本文认为民间智库影响力指智库机构对于政策咨询、学术研究、企业与社会发展以及社会舆论等的影响能力,其中民间智库对政策决策过程的影响能力是衡量一个咨询机构综合实力的核心指标。民间智库影响力的大小指智库能在多大程度上对政策决策过程产生影响。民间智库具有广泛的发展理论背景,治理理论的诉求,服务型STS理论、知识市场的兴起,都将民间智库推上了现代公共政策研究的前沿。结合民间智库代表——北京天则经济研究所发展现状,可以发现我国民间智库面临着参与公共决策支持水平低、独立性和创新性特征不明显、缺乏产品营销意识与渠道、自身组织管理机制不健全等一系列现实发展限度。三权分立创设良好政策环境且慈善传统发达的美国智库、与政党联系密切且注重宣传推广的欧洲智库都为我国民间智库影响力培育提供了丰富的经验和启示。提升我国民间智库综合影响力的路径可以分为以下几个方面:在构建中国特色新型智库体系的过程中,政府进行配套改革并完善相关法律法规,为民间智库成长提供政策法律保障;充分调动人才、资金和关系等社会各项要素,为民间智库打牢社会根基;完善民间智库影响力测评、研究过程与成果管理、组织管理和营销管理机制,从内部激发民间智库组织的发展活力。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 白娇

A3 刘银喜

PB 内蒙古大学

T1 内蒙古地区智库发展研究

CL 硕士

YR 2016

K1 内蒙古地区;智库发展;政策咨询;运行机制

Inner Mongolia;;think tank;;policy consultation;;operating mechanism

AB 在经济全球化发展的大背景下,全球发展形势日益复杂,智库在社会发展过程中担当咨询的角色也越来越凸显,在政府决策咨询中也担当着重要的角色。当下中国更是掀起了智库建设的热潮,有的学者甚至把智库看作是继立法、行政、司法、媒体之后的第五种权利,强调了智库发展的重要性。改革开放以来,内蒙古地区经济取得了长足的进步,经济总量进入全国中列,人均生产总值进入全国前列。当前又处于全面建设小康社会的飞速发展时期,经济下行压力较大,产业结构矛盾突出,经济发展与资源环境的矛盾进一步突出,需要应对和解决问题的复杂性、艰巨性前所未有,依靠传统的政府决策模式不能很好的解决当下的实际发展需要,迫切需要加大智库建设力度,发挥智库决策咨询服务的职能,提高政府决策的科学性。本文首先梳理了国内外关于智库研究的理论,阐述了本文研究的社会背景；其次厘定了智库的概念和类型及发展的理论依据,并结合内蒙古地区智库建设的现状,分析了存在的问题及原因；最后借鉴其他国家和国内其他智库建设和发展的经验,试图提出针对内蒙古地区智库发展的建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李力

A3 赵冬

PB 天津师范大学

T1 中国民间智库影响政府决策研究

CL 硕士

YR 2016

K1 民间智库;政府决策;理性外脑

Folk Think Tank;;Government Decision;;Rational Brain

AB 智库作为现代决策体制的产物,发展水平往往是一个国家“软实力”水平的展现,建设新型智库,不仅是推进政府公共决策科学化、民主化的有效途径,更有利于促进我国公民有序参与政治生活,丰富社会主义民主内涵。民间智库作为政府决策咨询的“理性外脑”,是政府智力的重要组成部分,理应发挥其在政府决策过程中抒发公共利益,提供智力支持,改进政府决策目标及过程的作用。但是,现阶段我国政府决策过程中,民间智库仍然是缺位的,没有发挥其应有的作用,因此有必要加强对民间智库影响政府决策的研究,探究民间智库在开展政策咨询过程中的功能,并分析影响功能有效发挥的困难,对症下药,提出提升民间智库影响政府决策的对策建议,从而推进公共政策制定的科学化、民主化。本文按照分析问题、解决问题的逻辑思维,展开对民间智库的阐述分析。第一章从民间智库的成长阶段入手,阐述了我国从二十世纪80年代开始,民间智库历经的发展阶段,明确了目前民间智库形成了包含有由体制内派生而来、规范的咨询公司、基金会或非政府组织的隶属机构以及以问政平台形式出现的等多种形式,这些民间智库在影响政府公共决策的过程中,力求成为政府理性决策的“外脑”、多远利益和价值观念的政策参与通道以及理性政策辨析的公共平台。第二章,论述了民间智库在开展政策咨询过程中取得的成果,并就其在参与过程中,存在的自身发展水平仍偏低,政策研究水平有限,没有抓住政府所急所想的事情,与官方、半官方智库相比,政府对其的认可度偏低,政策参与渠道不畅等问题及原因展开了分析。第三章,介绍了美国、英国与日本民间智库的发展趋势,并通过总结西方民间智库发展过程中所积累的成功实践经验,为我国民间智库的建设提供有益参考。第四章,针对上诉问题以及启示,提出了优化民间智库影响政府决策的路径选择。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王厚全

A3 冯鹏志

PB 中共中央党校

T1 智库演化论

CL 博士

YR 2016

K1 智库;历史;变迁;知识思想;功能;动力

Think tank;;History;;Change;;Knowledge and thinking;;Function;;Motivation

AB 是什么支撑美国在第一次世界大战后称霸全球近百年,综合实力稳居世界第一?又是什么协助美国政府可以有条不紊地应对国内外事务及危机挑战,制定合理的政策措施,维护国家和人民的核心利益?以布鲁金斯学会、兰德公司、传统基金会为代表的智库,在美国政治决策过程中扮演着举足轻重的角色,为政府、社会和公众提供了协调公共关系、处理公共事务所需的专业知识、对策方案、舆论引导和决策支撑。智库,是衡量一个国家软实力和话语权的重要标志,它的建设发展水平、研究服务能力和社会影响力直接关系并影响着整个国家的发展规划和长期战略部署。我国当前正处在改革发展的攻坚期,面对日趋复杂的新形势、新问题及发展不确定性的增多,政府急需各类智库协助,补缺在信息、时间和专业知识思想等方面的短板,进行创新性、理论性和前瞻性研究。近年来,我国出现智库热,但需冷静思考智库是什么、从何而来、起源于何时,避免走入智库认识误区和无序的建设状态,需要从学术的角度来研究智库的起源及历史变迁。智库产生于特定社会环境和人类对特定知识思想的需求。智库经历了漫长的变迁历程,从蒙昧的史前时期到高度文明的当代社会。史前时期,为保持聚落群体稳定,化解矛盾冲突,抵御自然灾害和外敌入侵,尊者、智者和能者走上智库历史的舞台,进行认知型知识思想生产和社会事务处理,为智库的演变提供了知识思想基因。文明起始至封建经院时期,自然、社会和思想文化环境日趋复杂,东西方智库形态(门客、幕僚、教会、神学院等)在适应社会需求的同时,提供探索型知识生产和社会事务处理等功能,满足宗教神权和世俗王权统治,成为统治者思想掌控的利器,演化构成现代智库的细胞。文艺复兴及启蒙运动时期,随着理性的觉醒和科学技术的涌现,在满足多元社会需求的同时,智库组织形态(知识思想供给及事务商议机构)和功能(应用型知识的生产)得到进一步拓展,构建了现代智库的思想灵魂。社会公民知识水平、识字率和文明程度的进一步提升,打破了知识的权贵化垄断,民主政治的兴起和知识思想网络的拓展,为近现代智库的形成演化提供了社会基础和政治思想环境,也为智库提出了新任务,如创新型知识思想的生产再生产、掌控引导社会舆论走向和预判性前瞻性研究等,成为国家运行及权力平衡的重要工具。智库是专业从事知识、思想和技术等研发生产,并面向政府、社会及个人提供专业决策咨询服务,具有独特影响渠道的专业知识思想生产机构、决策咨询机构和政策服务机构,也是政府社会决策的辅助机构和参考“军师”。智库的本质是专业知识生产和问题定向解决的过程,是一种思维转变方式,还是武力权力向知识权力让渡的过程。智库的产生与发展需要特定的社会需求基础、知识思想基础、政治环境基础和学术基础。当前,社会对智库的认识存在一些误区,认为智库就是简单的专家人才集聚地,是知识、思想和案例的采集存储点,未认识到智库是具有一定协助关系和思想文化的共同体。智库的功能体现在它是特定知识思想供需矛盾及平衡的主体,也是社会权力平衡的新工具;探索认知自然规律和社会关系,进行专业知识思想生产;参与各国政策过程,影响政策产出和对策方案提供;教育启迪公众,引导舆论走向,把握社会前沿热点和政策理念;通过特征专业人才的培养、储备和输送,蕴储自身的影响力;搭建政产学研商交流的纽带桥梁,成为知识、权力、文化和经济交流的平台;开展社会监控与(风险)应急,担当社会热点的晴雨表和动态预报站。智库变迁是知识思想生产与决策方式转变、适应和对接的外在表现。智库变迁的历史维度是知识思想生产的时间载体;智库变迁的空间维度既是经济权力中心转移变迁的表现,也是智库研究服务对象在空间的拓展和智库产品传播影响范围的变迁;智库变迁的社会维度是智库研究问题领域范围的丰富、智库社会地位和产品影响力变化的表现;智库变迁的学科维度既是人类知识需求从专业型知识向综合型知识需求转变的表现,也是实践型知识向理论实践相结合型知识转变的表现,还是社会思想文化多元的展现。智库变迁是社会需求、思想文化、科学技术、意识形态和信息等共同作用的结果,通过政府主导、市场引导和自身变革等方式展现。社会需求层面从社会身份认同促使智库角色转变、制度框架巩固与创新(社会管理和运行成本降低)、智力与知识产品需求供给的对接和社会权利中心的转移等方面促使智库变迁;科学技术从组织结构和工作领域、研究工具方法和服务方式等方面促使智库变迁;意识形态的显现、演化、冲突和稳定促使智库的研究领域方向、生存空间、发展机遇和价值立场产生变迁;思想文化为智库变迁提供了文化土壤、思想原料和精神动力,并引领变迁的方向;信息从存在基础、产品生产、竞争影响力和工作思维方式方面促使智库产生变迁。作为智库正向变迁的智库发展,主要包括智库人力资源、组织结构、数量规模、研究理论方法、知识思想产品和核心理念等方面的进步提升。智库发展因分析点的不同,而表现出不同的发展类型,如内生型与外生型、渐进型与跨越型、协调与不协调型。智库在不同时期展现出不同的发展阶段、发展特征、相关机制和目标选择。当前,智库发展呈现出研究服务由单一向多元转变;发展服务方式产业化、本土化向国际化延伸;技术服务的网络化和信息化,并由此带来了研究手段的便捷化和智能化。中国古代智库变迁的动力因素主要包括政治文化、社会需求和知识科技等,其中政治文化动力(政治环境和思想文化基础)为主体,发挥着主导作用,为中国古代智库萌芽、生存和变迁提供了重要的政治土壤和思想文化营养;社会需求则是中国古代智库变迁的基础动力。中国现代智库变迁的动力因素主要包括政治文化、社会需求、科学技术和意识形态等;社会需求发挥着主导作用,影响和决定了中国现代智库变迁的方向;科学技术的发展创新与应用,推动了现代智库研究方法工具的创新;政治文化则处于基础作用的地位。中国智库发展需要从政府、社会和智库自身三个层面入手,以环境氛围、能力储备、责任担当和全球意识为主要切入点。政府应构建促进智库健康发展的环境基础,推进完善决策咨询制度,创新智库管理体制;营造较为宽松的政治氛围,引导公众参与政策过程;丰富智库资金来源渠道。社会应拓展促进智库协调发展的需求基础,认识了解智库是什么,参与智库做什么,评价智库怎么样。智库应夯实自身创新发展的内生能力基础,明确自身定位,增强责任品牌意识;加强专家人才队伍的储备和培养;提升自身研究服务能力和社会影响力。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 陈晖

A3 赵春盛

PB 云南大学

T1 当前我国行政决策中的高校智库参与研究

CL 硕士

YR 2016

K1 行政决策;高校智库;参与

Administrative decision-making;;University think tank;;Participate

AB 高校智库是指隶属于大学,相对稳定且独立运作的政策研究和咨询机构。当前,在我国智库格局仍处于官方(半官方)智库为主导的局面下,高校智库的行政决策参与明显不足,甚至有被边缘化的趋势。因此,在我国经济社会转轨,行政决策生态日益复杂多变的特殊时期,加强对我国行政决策中的高校智库参与研究,提升高校智库行政决策参与度和参与能力,将能够很好的促进我国智库生态系统平衡,推动科学决策、民主决策,推进国家治理体系和治理能力的现代化。我国高校智库虽然发展起步较晚,但作为体制内智库的有益补充,它能够很好的弥补体制内智库智慧的不足,促进行政决策的科学化、民主化和规范化。本文从新公共服务理论和治理理论等理论出发,首先回顾了高校智库参与政府决策的基础知识和国内外相关的高校智库行政决策参与的研究；其次介绍了我国高校智库行政决策参与的现状和问题所在；再次通过国内外对比分析得出我国高校智库发展和行政决策参与存在问题的主要原因；最后在基于我国智库国情的基础上,并结合国外高校智库发展建设的有益经验,提出了一些发展建设我国特色新型高校智库的建议和方向。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王凯

A3 仇明

PB 首都经济贸易大学

T1 SX咨询公司发展战略研究

CL 硕士

YR 2016

K1 工程咨询;发展战略;研究

Engineering Consultation;;Development Strategy;;Research

AB 党的十八届三中全会《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》提出:“锐意推进经济体制、政治体制、文化体制、社会体制、生态文明体制”,“经济体制改革是全面深化改革的重点”,“必须切实转变政府职能,建设法治政府和服务型政府”,“进一步简政放权,深化行政审批制度改革,最大限度减少中央政府对微观事务的管理”,表明了党中央推进各项体制改革的决心,工程咨询行业作为服务业的发展重点之一,必将面临新的发展机遇和挑战。SX咨询公司近年来的主要业务为政府委托评估咨询、规划咨询、节能评估、社会稳定风险评估等,随着全面深化改革的加快推进,公司面临着宏观环境发生变化、外部竞争者数量和实力的快速增长、传统咨询业务结构和数量发生变化以及新兴业务领域开拓无实质性进展等问题的冲击,长此以往,必将影响到企业的健康、可持续发展。本文基于以上背景,根据企业战略管理等理论,结合PEST分析工具、波特五力模型先后分析了企业的宏观环境和行业竞争环境,充分考虑公司实际发展情况,运用SWOT分析方法,结合公司发展目标,制定了适合公司的总体发展战略,并提出了针对性的战略实施和保障建议。同时,希望能够为同类工程咨询机构提供参考。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 邱洪基

A3 李彦斌;葛旭波

PB 华北电力大学(北京)

T1 华网集团管理咨询项目全过程管理体系研究

CL 硕士

YR 2016

K1 管理咨询项目;全生命周期;标准化;成果应用和推广

Management consulting;;The whole life circle;;Standardization;;Application and promotion

AB 随着经济社会的发展,我国大型和特大型企业不断增多,伴随企业成长,管理难度和管理问题不断增长。近年来,越来越多的大型和特大型企业采用管理咨询的方式来解决企业管理中存在的问题和加快企业变革。本文针对华网集团管理咨询项目,设计一套全过程管理体系,解决企业实施大量管理咨询项目过程中,遇到的重点、难点和关键问题,提高管理咨询项目实施的质量,促进企业的健康发展。本文采用全生命周期理论和标准化理论,应用文献研究法、实证分析法和定性与定量相结合的三种研究方法,通过对现状的分析与研究,提出华网集团管理咨询项目的全过程管理体系。首先结合华网集团管理体制、经营特点以及管理咨询项目管理发展现状系统梳理企业管理咨询项目管理各重要环节,构建了覆盖立项、采购、开题、中期、结题、后续管理等全过程,促进管理制度化、流程标准化、工作规范化、数据信息化的管理体系,是国内大型企业管理咨询项目管理体系的首创。其次系统地研究分析了管理咨询项目管理中的重点和难点问题,构建了管理咨询项目重复性判断评估方法、项目研究必要性评估方法、项目研究价值评判方法、项目研究经费标准估算方法、项目采购方式优选方法、项目实施各阶段的管控要点。最后本文提出的管理体系在华网集团2015年度项目管理中进行了应用和实施,取得了较好效果。从应用情况看,管理咨询项目全过程管理体系符合华网集团工作实际,在实际应用中基本解决了减少重复性研究、合理确定研究经费、优选咨询机构、保障研究质量、加强成果应用等体系设计的目标,验证了体系设计的可行性、有效性和先进性。本文提出的全过程管理体系为大型国有企业管理咨询项目的管理部门,提供了符合国有企业管理实际、标准化、可操作的管理体系；管理体系开创性地解决了咨询项目管理中的重点和难点问题,能有效降低项目实施的管理难度、减小项目实施风险、节省管理时间成本、有效提升咨询质量、大幅提高成果转化应用效率；该管理体系具有较高的理论价值、实用价值和推广意义,可直接应用于国内大型企业软科学或管理咨询项目管控,对大型企业智库建设和管理具有重大参考意义,对国家有关部委科研项目、软科学研究的管理也具有较大参考价值。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 曹轶昕

A3 张晓峰;王曙光

PB 哈尔滨商业大学

T1 哈尔滨市公共决策中智库建设问题研究

CL 硕士

YR 2016

K1 智库建设;公共决策;决策咨询;运行机制

Construction of Think Tank;;Public Decision-making;;Decision Consultation;;Operation Mechanism

AB 党的十六大以来,我国有关智库的研究开始起步与发展；十八届三中全会以后,新型智库建设上升到国家战略地位。2015年1月中央《关于加强中国特色新型智库建设的意见》出台后,新型智库建设进入全盛的黄金时期；2015年11月,中央深改组第18次会议审议通过了《国家高端智库建设试点方案》,为智库建设提供示范与抓手,各地方智库建设得到快速发展。在当前我国进入全面建设小康社会时期和经济发展新常态下,加强哈尔滨市新型智库建设既是落实国家关于加强地方特色智库建设要求的重要举措,又是推进科学民主依法决策和治理能力现代化,提升其解决新问题、迎接新挑战能力的必然要求。在哈尔滨市智库建设的研究中,通过对智库相关基本概念的界定,以国家治理理论、政策循环理论、思想市场理论等为理论依据,运用比较和归纳总结等分析方法,阐述了哈尔滨市智库建设基本情况,分析了哈尔滨市智库建设的内外部环境,明确了智库在公共政策决策中的作用及影响：结合哈尔滨市智库建设的政策环境,揭示出智库建设缺乏顶层设计、创新研究能力不足、研究成果质量不高、智库体系结构不合理等问题,并从思想认识、内部管理、外部环境、配套机制四个方面总结出问题的成因。在分析并总结美国、德国、英国、日本等国智库建设和我国山东省、广东省、南京市、温州市智库建设经验的基础上,总结出在哈尔滨市智库建设过程中要加强智库多层次多领域人员队伍建设、建立独立第三方智库评估考核机制、搭建畅通成果传播渠道的媒体平台、建立市场竞争导向型的智库互动机制等政策经验启示,提出规范智库建设政策法规、提升特色智库竞争能力、创新特色智库建设内容、完善智库管理运行机制等多个方面的对策建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 陈祥

A3 刘治军

PB 贵州大学

T1 贵州新型智库建设研究

CL 硕士

YR 2016

K1 新型智库;智库;建设;研究

New wisdom storehouse;;Guizhou wisdom storehouse;;Wisdom storehouse research;;Wisdom storehouse

AB 新型智库是中国共产党各级党委和政府科学决策、民主决策、依法决策的重要支撑,是国家治理体系的一个比较重要方面。建设具有中国特色的新型智库,是以习近平同志为总书记的党中央全面审视国家发展大势和未来决策环境作出的重要部署,事关党和国家事业发展全局。改革开放特别是党的十八大以来,我省新型智库建设工作取得明显进步,为党委、政府科学决策提供了有力的智力支持,为推动改革开放和社会主义现代化建设作出了重要贡献。当前,我省已进入后发赶超、加快全面小康建设的重要阶段,加强新型智库建设,对于加强民主政治建设、主动适应新常态、积极创新发展思路、提升贵州软实力,形成贯彻落实“四个全面”战略布局的“硬支撑”,具有越来越重要的意义。本文以贵州新型智库建设为研究对象,通过对贵州新型智库发展现状的分析,了解贵州新型智库建设成效,找出影响贵州省建设新型智库发展的源头,对贵州新型智库建设面临问题及原因进行深入分析,在充分借鉴国内外新型智库建设经验基础上,为贵州新型智库建设提出政策建议,指出扶持独立民间新型智库激活政策咨询市场发展活力、创新新型智库体制机制提升新型智库核心竞争力等为贵州新型智库建设的道路选择。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 康蕊

A3 武增海

PB 陕西师范大学

T1 L认证咨询公司顾客满意度指数研究

CL 硕士

YR 2016

K1 认证咨询;顾客满意;测评模型;指标体系

Consultation profession;;Customer Satisfaction;;Evaluation Model;;Index system

AB 在市场经济的快速发展之下,企业对其目标顾客越来越关注,认识到顾客满意度是影响其利润获取的重要因素之一。顾客满意是在市场经济的激烈竞争下产生的,是企业的无形资产,已然成为衡量一个企业产品或服务质量好坏的标准。企业的经营核心就是要了解顾客需求、满足顾客的要求,不断提高顾客满意度,为企业创造独特的核心竞争优势并赢得长远发展。那么,对于认证咨询市场来说亦是如此。随着认证咨询市场竞争日趋激烈,顾客在查看认证公司合法性和影响力的同时,更加看重的是认证公司是否能为其提供多样化的服务、提供的服务是否能得到顾客的认可和满意。所以,如何客观、系统的测量顾客满意度以及提升顾客满意度已经成为认证咨询机构必须开展的重要工作之一。企业用户是认证咨询机构的目标顾客群,也是其服务质量的最终评价者,通过对企业用户的满意度调查可以了解认证咨询机构提供的服务质量如何、存在哪些问题,以此采取针对性的解决方法而提高顾客满意度,为认证咨询机构带来源源不断的利润。目前,国内外学者对顾客满意度指数测评的研究非常多,但针对认证咨询行业如何测评顾客满意度指数的研究在文献中比较少。因此,本文的研究具有较强的现实意义,即可以为L认证咨询公司提供一种顾客满意度指数研究模型与测评指标体系,对如何测量、提升顾客满意度提供了理论基础,以期为L认证咨询公司在激烈的市场竞争中有所帮助,同时也可用于同行业企业借鉴。本文研究的主要内容是：首先回顾了顾客满意、顾客满意度、顾客满意度指数等相关理论,在了解L认证咨询公司基本情况的基础上,发现了L认证咨询公司在顾客满意方面存在的问题。其次,在查阅相关文献结合对企业用户的调查结果和认证咨询行业特点分析的基础上,构建了L认证咨询公司的顾客满意度指数研究模型与测评指标体系。再者,对20项三级评价指标采用问卷调查的形式进行了顾客满意度调查,运用SPSS20.0统计软件分析了问卷调查的数据结果进行了信效度分析、描述性统计分析及相关分析,并运用层次分析方法(AHP)来计算确定测评指标体系中每一层级指标的权重,按照加权平均方法计算得出L认证咨询公司顾客满意度指数,根据计算结果,针对L认证咨询公司如何改进顾客满意度提出了几点建议与改进策略。最后,对本文的研究成果进行了总结,发现了不足,并提出了今后努力改善的方向。本文的研究结果有助于使L认证咨询公司辨识影响其顾客满意度的关键因素,如何运用测评模型及统计分析工具去调查、测量和判定顾客满意度,通过对各个测量指标的定量化及其权重的计算,得出L认证咨询公司的顾客满意度指数。通过这一结果可以使L认证咨询公司直观地了解顾客满意程度,以便采取具有针对性、定量化、具体化的措施,由此提升其顾客满意度；在面对激烈的认证咨询市场经济时,可以制定清晰的、积极的竞争策略,增强其市场竞争力,以保有一定的市场份额而获得企业利润增长,实现企业长远发展的战略目标。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 丁端

A3 杨成

PB 华东师范大学

T1 高校智库对美国外交政策的影响论析

CL 硕士

YR 2016

K1 斯塔尔;大中亚;高校智库;外交政策

Starr;;Greater Central Asia;;think tank;;foreign policy

AB 智库(think tank)是以政策咨询为目的的研究机构,经过几十年的发展,它已经成为各国政府进行公共决策、外交决策过程中的重要角色,其研究成果经过官方或非官方的多种渠道进入决策进程或公共视野,以显性或隐形、直接或间接的方式影响着决策行为。它不仅直接向决策者提出政策建议,也通过多元化的传播渠道塑造政策话语,影响精英层和公众的认知。在众多的智库形式中,高校智库独树一帜,在组织形式和研究内容上与其他传统智库具有显著的区别。相较而言,高校智库的建立依托深厚的学术研究资源,其专家具备扎实的学养和宽阔的研究视野,处在基础性研究向实用性研究转化的特殊位置。高校智库的独有特性决定了它在政策咨询中应有的特别优势。20世纪的美国见证了现代智库产业的诞生和发展,美国智库在全球智库产业中处于领先地位,其高校智库也颇具代表性。在美国的中亚区域研究领域,斯塔尔所领导的约翰·霍普金斯大学中亚与高加索研究所引人注目,它是美国中亚、欧亚研究的学术重镇,也是从事美国中亚政策咨询的主要智库之一。美国对阿富汗军事行动取得阶段性胜利后,斯塔尔以高校智库学者身份提出并推广其“大中亚计划”战略构想,尝试为美国在大中亚地区的新战略谋篇局部,而美国官方也以各种方式回应并调整着斯塔尔的政策建议,国务卿希拉里提出的“新丝绸之路”战略便是最明显的例证。本文试图围绕斯塔尔、中亚与高加索研究所及其“大中亚计划”的相关战略构想,解读斯塔尔报告与美国官方战略的异同,通过深入分析斯塔尔及其智库参与政策咨询的活动及其影响力策略,为研究美国高校智库参与政府外交决策提供一个实证案例分析。在此基础上,本文将结合中国高校智库发展的现实,从斯塔尔及其智库的案例分析中提出本土化的高校智库发展建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 钟宇

A3 刘文祥

PB 湖北大学

T1 我国高校智库建设创新和机制优化研究

CL 硕士

YR 2016

K1 高校智库;建设创新;路径优化

University think-tanks;;Mechanism innovation;;Path optimization

AB 随着社会经济的发展,公众利益诉求的多元分化以及社会问题的频发等一定程度上也为政府决策的科学化带来了挑战。而智库则因内部汇聚了各方专家与学者一定程度上可作为政府决策的理性"外脑",在满足政府决策科学化方面具有明显的优势。2015年中共中央办公厅和国务院办公厅联合下发的《关于加强中国特色新型智库建设的意见》更是明确了智库在政府决策中的地位,并对其进行了详细的分类,高校智库作为中国特色新型智库体系的地位也得以确立。高校智库作为中国特色新型智库体系的重要组成部分,在完善我国智库体系,提高政府决策科学化方面具有不可或缺的优势。近年来,学界对其研究也逐渐增多,也渐成体系。但从高校智库的发展现状看,依然存在有诸多不足之处,也缺乏相应的理论指导。鉴于此,本文从我国高校智库存在的问题出发,从创新建设和机制优化的视角对我国高校智库进行了研究。在相关文献和资料的支持下,详述了高校智库的发展现状及存在的突出问题,并阐述了这些问题产生的原因。为提高校智库建设的有效性和可行性,本文还对西方国家高校智库的成功经验进行了总结与探讨,并得出了有利于我国高校智库建设的经验。并在此基础上,得出了高校智库路径优化的具体措施及逻辑指向。本文主要通过以下几部分进行论述:第一部分绪论,该部分首先叙述选题背景及研究意义,接着叙述我国智库的肇创与高校智库的渊源,我国智库的历史沿革,对我国各阶段智囊组织的发展进行了详述,并由此延伸到了现代智库的解读,在此基础又对我国高校智库的分类与定位进行了探讨。另外进行国内外研究综述,研究对象及关键问题和研究目标,研究思路总体规划,对于本文的创新点进行细致的分析,对于本文的不足点进行梳理。第二部分主要阐述我国高校智库的建设的现状与问题,首先对于我国高校智库的现状进行三点分析,对于高校智库存在的问题进行系统和全面的分析。第三部分主要阐述我国高校智库建设羁绊的逻辑归因,归因主要在四点,第一,高校智库成果对决策的贡献率不足,归结于自身的封闭性与评判性,第二,高校智库运行机制不完善,归结于自身局限性与不健全性,第三,高校智库难以满足政府决策需求,归结于组织管理滞后性和未形成智库市场,第四,高校智库研究未发挥团队优势,归结于高校整体不重视性与制度的不明朗性。通过这四点对于高校智库存在的问题进行全面性的,系统性的分析。第四部分主要是对国外高校智库建设的经验进行了借鉴。如美国高校智库主要是对于胡佛研究所进行全面透彻的分析,并从中得出了有益启示。英国高校智库主要以英国伦敦大学学院教育学院,该高校智库的成功原因主要是自身不仅具有全英最多关于教育的书籍,专著,论文,期刊,而且在创新管理模式方面运用矩形管理对题直线管理,对德国高校智库的介绍,主要以依托于学校的研究中心和由基金会成立的教育机构为主,如卡塞尔大学的国际高等教育研究中心和维滕贝格高等教育研究所以及高等教育发展研究中心等。通过对这些高校智库的研究得出了德国高校智库建设的成功经验。并在各国高校智库研究的基础上得出了有利于我国智库建设的有益启示。第五部分主要是我国高校智库创新建设与机制完善的路径探讨:本文指出优化智库运行环境,改革高校智库的管理制度,创新研究方法,完善高校智库研究成果的传播机制,发挥自身人才优势,完善研究团队,提高其在社会和政府中的影响力是当前我国高校智库建设的有益路径。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 党岗

A3 王红

PB 山西财经大学

T1 图书情报机构对国家智库建设的支持研究

CL 硕士

YR 2016

K1 智库建设;图书情报机构;智库

think tank construction;;library and information institutions;;think tank

AB 智库是政府决策的“外脑”,是国家软实力的重要组成部分,一个现代化国家的崛起,需要一批具有公信力和影响力的智库作为智力支撑。随着各级政府公共政策决策的科学化、民主化进程不断提速,对智库的需求不断增加,建设中国特色新型智库上升为国家战略,中国进入智库发展的黄金时期。随着智库发展建设的深入,我国智库建设在取得长足进步的同时也暴露出诸多不足,我国智库建设仍然需要多方位的大力支持。本文试图研究图书情报机构对国家智库建设的支持作用。通过文献调查法,搜集国内外有关智库建设的资料文献,经过对文献的整理,描述了智库的定义和分类,梳理了中美两国智库建设的历程。通过比较中美两国智库建设,指出我国智库面临公信力、研究能力、决策影响力、舆论影响力、国际影响力和成果转化率不足等问题。经过对上述问题的分析归纳,指出智库建设面临瓶颈的原因是人才团队失衡、信息资源匮乏、思想市场缺位、评价体系不完善和合作交流不足造成的。结合智库建设面临的困境和图书情报机构支持智库建设的案例,分析图书情报机构在支持智库建设方面存在文献信息资源丰富、信息平台建设完善、信息服务模式多样、和学科交叉人才培养等优势。在智库建设中,发挥这些优势,图情报机构可以起到为智库提供文献信息资源、保存智库研究成果、参与智库研究项目、搭建智库信息平台,以及评价智库研究成果、智库建设能力和影响力的作用。为了验证图书情报机构对我国智库的支持作用,以高校智库为例,统计我国136家高校智库以及与之相应的46所高校的图书馆的统计数据进行相关分析。在证实了我国我图书情报机构与智库建设存在相关关系的基础之上,提出发挥图书情报机构优势,支持智库建设的建议。图书情报机构应该充分认识到自己的使命,积极向智库的服务转型创新,搭建智库联盟信息平台,构建多元的智库评价指标体系,对智库产品进行营销和推广,通过各种措施助力中国智库建设发展。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 孔娅

A3 易行健

PB 广东外语外贸大学

T1 F教育咨询公司发展战略研究

CL 硕士

YR 2016

K1 国际教育咨询;发展战略;SWOT分析;一体化战略;差异化战略

International Education Consulting;;Development Strategy;;SWOT analysis;;Integration Strategy;;Diversification Strategy

AB 我国的咨询行业起步于上世纪70年代末,经过30多年的发展,已经逐步进入成熟期。针对于国际教育领域的咨询行业也已经崭露头角。随着社会的不断发展,国民收入的不断提高,人们对国际教育咨询的需求不断增长,然而由于各种原因,许多国际教育咨询公司仍然面临不少亟待解决的问题。F公司就是其中之一。自2008年成立至今,F公司陷入了发展的瓶颈期,分析公司当前的产业环境,制定出有利于公司发展的战略,起着至关重大的作用。本文依据战略管理的相关理论知识和工具,运用文献研究法和实证研究法相结合,首先总结和分析国内外关于发展战略的文献,在此基础上根据F公司自身的发展情况,运用波特五力模型和SWOT分析法对公司的竞争环境和公司优势劣势进行分析,然后运用波士顿矩阵分析公司现有的业务,进而提出F公司业务发展的战略目标,总体战略和竞争战略,并给出实现公司战略过程中所需要的组织结构、市场营销和人力资源等方面的具体策略。

LA 英文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王坚

A3 宋增伟;张继友

PB 海南大学

T1 国际旅游岛建设背景下的海南智库建设研究

CL 硕士

YR 2016

K1 国际旅游岛;智库建设;问题;对策

International Tourism Island;;think tank construction;;problem;;countermeasure

AB 随着我国经济社会的快速发展,国家治理面对的问题越来越复杂和多元,对高水平智库的需求和依赖程度日渐增强。地方智库作为国家智库的一部分,近年来呈现出较为良好的发展态势,但也面临一些问题,如体制机制不完善、扶持培育环境缺乏、智库机构间有效互动性差、官本位较突出、研究水平有限、民间智库发展缓慢等,远未发挥出智库应有的作用。因此,必须顺应治理能力的需求随之改进。海南正在全力建设国际旅游岛,亟需高水平的智库作为决策支撑平台。如何利用好目前海南的智力、人才资源,建设一个高效管用、可操作性强的智库体系,对海南国际旅游岛的促进具有理论和现实双重意义。笔者通过实证分析海南目前智库现状及存在问题,同时选取国内地方智库建设比较有代表性的地区的先进做法,提出海南智库建设必须借鉴国内其它地区智库建设先进经验,取之所长,为我所用,才能发挥后发优势迎头赶上,助推海南国际旅游岛建设。本论文主要从以下方面对海南智库建设进行研究。第一,解读智库相关概念,阐述精英理论、多元理论、“互联网+”理论等有关理论依据。第二,分析海南省智库现状以及在智库利用方面存在的问题。第三,选取北京、上海、云南、温州等地,介绍了这些地区在智库建设方面的经验和做法,为建设海南智库提供参考与启示。第四,提出建设海南智库的建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张钰婷

A3 陈宏光

PB 安徽大学

T1 行政法视角下的法学会智库建设研究

CL 硕士

YR 2016

K1 法学会;智库;法治建设

Law Society;;Think tank;;Construction of rule of law

AB 智库,也称“思想库”或“智囊团”,它是由各个领域的专家学者所组成的,为政府及其相关决策者所提出的问题提供答案的研究机构,换句话说,智库就是决策者的另一个“大脑”,是决策者的“左膀右臂”。在国外,有些国家在智库建设上已经取得了一定的成就,并各具特色,我国特色新型智库也正处于如火如荼的建设过程中,全国人大及国务院为我国智库发展指明了道路,奠定了理论基础,提供了政策支持。法学会作为具有法律专业性质的学术团体、社会团体和人民团体,是国家和人民的法律智囊团,也是法治智库建设中至关重要的组成部分。法学会智库应当努力发挥自身的功能,为立法机关、司法机关、行政机关等国家机关出谋划策。在中国特色新型智库格局的构建中,如何借鉴西方国家先进经验,建立法学会智库,体现法学会的智库作用,发挥智库作为思想库、智囊团的力量,是各地法学会的重要研究课题。因此,通过对这一课题的深入研究,一方面可以为中国特色新型智库建设提供实证研究基础,另一方面也能够提升地方法学会履职的能力,包括学习能力、调研能力、组织协调能力和创新能力等,为加强社会主义民主法治建设,树立新型法治政府,推进依法行政,建设社会主义法治国家保驾护航。本文的研究思路是对法学会如何发挥智库作用,如何建设具有自身专业特色的智库做相应的分析,力求为法学会智库建设出谋划策。文章第一部分介绍了具有特色的外国智库,通过对外国相关智库的分析,找出我国法学会智库建设中可以借鉴的经验；与此同时,我国出台了促进智库建设的相关文件,为法学会智库建设奠定了理论基础。通过对中国特色新型智库的特点以及法学会智库现状的分析,得出法学会在智库建设中仍然任重而道远的结论并找到法学会智库建设中的重点。第二部分对法学会智库建设的定位进行了研究。找准法学会在智库建设中的定位有助于法学会发挥自身特色,从而进行特色建设,使相关研究成果更具有法学会的特点,更加符合我国法治建设的需要。没有意识就不会有相应的研究成果,分析法学会智库建设中所应具有的意识能够使法学会进行智库建设时找准立足点。第三部分是对法学会智库建设所具有的功能进行分析。法学会在智库建设中不仅要注重自我人才的培养,还需要注重与国家机关、其他社会团体之间的交流合作,引导社会舆论,制约政府公权力,建言献策,服务大局,解决问题。第四部分是对法学会智库建设的法治导向进行研究。法学会在智库建设的过程中应当充分发挥自身专业优势,成为立法机关的智囊团,协助司法机关解决司法难题,促进行政机关依法行政,努力使自己成为民意表达的重要渠道。同时法学会智库也要建立相关决策咨询服务管理机制,制定相关建设规划,从而更好的行使自治权,站在较为中立的立场上帮助国家机关出谋划策。第五部分是对法学会智库建设的法治环境进行研究。通过对国外智库环境的分析,可以看出法学会想要得到良好的发展需要相关国家机关给予相应的支持,创造良好的外部环境；与此同时,法学会要努力完善自我,为自身发展创造健康的环境。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 余莉

A3 尹权

PB 安徽大学

T1 中国特色新型智库发展策略研究

CL 硕士

YR 2016

K1 中国特色新型智库;政策制定;决策

Chinese characteristics new think tank;;policy development;;decisions

AB 现代智库自从于19世纪末诞生以来,就逐步得到了各国的重视,发展至今已成为各国公共政策制定不可或缺的一部分。“智库”,即思想库,它汇集的是各领域专家最充满智慧的研究成果。虽然世界各国的学者对它的定义尚不统一但不可否认的是研究者都强调了它的功能,即研究公共政策,并为公共政策的制定提供思想产品,简单的说就是为决策当局出谋划策。其实随着社会的发展,人民参政的热情逐步高涨,智库的功能也就不仅仅局限在最初的一点上,而是发展成为启民、孕才、强国等各方面,可以说它已经成为联系政府和人民的桥梁。中国自建国以来就注重培育现代智库,到2013年党中央提出建设具有中国特色新型智库,智库的发展在国内引起一股前所未有的热潮。这不仅取决于领导人的高度重视,也取决于当下中国社会的需要。中国目前正处于经济增速换档期、结构调整阵痛期、前期刺激政策消化期这样一种特殊时期,政府制定政策涉及的问题越来越复杂,需要智库充分发挥好“智囊团”的作用。智库在逐步发展的同时确实为决策当局提供了越来越多的帮助,如提高了决策效率、提高了决策的科学性、让决策更能贴近民意等,但是在新型智库建设过程中也暴露出了很多问题,如整体水平不高、独立性和平衡性缺乏等。所以本文就从如何更好地发展中国特色新型智库的角度来展开全文。本文首先对中国特色新型智库的内涵进行界定,重点对“中国特色”与“新型”进行了阐释,反映出与以往智库的不同。然后通过对中国智库发展历程的回顾,引出了当前所进行的新型智库建设阶段,并对这一阶段智库建设的现状,从量、组织形式、影响力等各方面进行了介绍。虽然我国新型智库在近几年得到迅速发展,但问题依旧重重,包括：各类型、各地区智库发展缺乏平衡,智力资源分配不均；缺乏在国际上有影响力的一流智库；研究缺乏创新性和独立性等。导致这些问题出现的原因有三个方面：从政府角度来说,没有进行合理引导、没有在法律上规定政府向智库购买决策咨询是制定政策的必经环节；从智库行业来说,没有统一的全国性交流平台、没有完整的行业标准、没有完善的行业管理机制；从研究者个人角度来说,没有有效的自我定位和自我激励。出现了问题就要及时解决,本文在借鉴美国智库发展的优秀经验的基础上,结合国情,提出了要从两大方面来解决新型智库发展中遇到的问题：一方面要政府加强引导,推进开放,完善需求；另一方面要智库抓准定位,加强交流,规范管理。新型智库的建设不是一蹴而就的,它必然伴随着一系列问题。但只要坚持从中国的特色出发,坚持创新的理念,取国外智库建设之精华,相信在不远的将来一定能看到中国的智库也能走进世界一流的行列。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 赵旭

A3 安明友

PB 吉林财经大学

T1 中国智库的影响力研究

CL 硕士

YR 2016

K1 智库;智库影响力;智库产品;公共政策

think-tank;;think-tank influence;;think-tank products;;Public policy

AB 进入二十一世纪,在信息技术迅猛发展的大背景下,经济呈现全球化发展,政治呈现多极化发展,文化呈现多元化发展,世界各国各地区之间的联系愈加紧密,社会矛盾凸显。目前,中国正处于社会转型阶段,各种尖锐的社会矛盾给政府决策提出了更高的要求。智库作为国家软实力的新兴代表,将对政策民主化科学化的发展提供助力。由于中国智库发展时间还很短,智库影响力的发挥与发达国家智库相比,还有相当大的差距。这就需要有更多的研究者投入到智库的理论研究和组织建设中去。本文力图运用文献研究、比较分析等方法,研究中国智库的影响力现状,探索提升智库影响力的思路。本文首先介绍了智库的概念、特征以及社会作用;智库影响力的内涵和主要划分类型,既显性特征和隐形特征;阐释了西方国家对智库影响力研究的理论基础。第二部分着重介绍了中西方社会中智库影响力的表达形式和传播渠道,为下文分析中国智库现状做好铺垫。本人尝试根据智库影响对象的不同将其影响力分为决策影响力、社会影响力、公众影响力和国际影响力;利用图表形式,结合中西方关于智库传播的理论知识,勾画出智库传播的途径。第三部分介绍我国智库发展的历程,为下文分析我国智库影响力的现状和原因分析做好铺垫。第四部分是建立智库影响力的评价体系,从主体、标准、过程和结果分析我国智库的发展现状,用定性与定量相结合的方式,界定出中国智库影响力的评价标准。随后通过数据分析结论,揭示出目前影响我国智库影响力发挥的主要因素,主要是三个方面:政府决策体制困境、信息传递渠道困境、智库自身困境。最后一部分是文章的重点章节,是在前文智库理论和中国智库影响力的实际情况的分析之下,提出提升我国智库影响力的政策意见,希望能在政策民主化科学化的大环境下,促进我国智库的良性发展,成为政策系统中的“最强大脑”。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王继华

A3 冯少雅

PB 郑州大学

T1 我国智库参与公共政策制定研究

CL 硕士

YR 2016

K1 智库;公共政策;政策制定

Think Tank;;Public Policy;;Policy Development

AB 1978年以后,我国经济社会迈入了全面转型阶段。此外伴随市场经济的确立和发展,普通民众的权益意识也随之觉醒,多元化利益诉求的社会也逐渐形成;因此,社会环境的改变和社会利益的重新整合就要求公共政策必须要能够反映民众需求。同时,由于政府的决策管理系统在公共管理环境的日渐复杂下难以发挥其作用。因此,要实现公共管理活动的综合化、专业化、战略化以及提高公共政策的质量和水平,就需要全面借用社会中的不同学者、专家以及咨询机构等外部智力。作为政府重要外部智力的智库组织,其主要目标是以公共政策为研究对象,改进政策的制定以及影响政府的决策。现阶段在公共政策制定中智库并未起到应有的作用,进一步研究智库参与公共政策制定的过程非常有必要,分析智库参与公共政策制定过程中出现的问题,寻求促进智库参与公共政策制定的方式,以利于全面发挥智库的积极作用,实现公共政策制定的科学化、民主化。本文共包括五个部分。第一部分是绪论,对文章的选题背景、研究意义、理论基础、研究方式、国内外文献综述以及创新点以及不足进行分别论述;第二部分分别对智库、公共政策制定的概念界定,并归纳总结了智库参与公共政策制定的内容以及发展历程;第三部分以“十二五”规划为例对公共政策制定过程智库的参与进行详细的分析,并总结出在政策制定过程中智库参与所产生的问题。第四部分分析归纳出限制其参与的核心因素:政府决策系统封闭、政府决策制度不完善、政策分析市场供需不平衡、智库在智力市场的竞争缺乏公平的环境、政府对智库的经费支持不够且管理不善以及智库自身研究能力不足等。第五部分创造有利于我国智库参与公共政策制定的外部环境和改善智库参与公共政策制定的内部环境,使智库参与公共政策制定的积极作用得到全面的发挥,使公共政策更具科学性和合理性。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 程媛媛

A3 何强

PB 燕山大学

T1 我国智库建设及其对政府决策影响研究

CL 硕士

YR 2016

K1 智库;政府决策;科学化;影响力

think tank;;government decision making;;democracy;;effect

AB 在建立具有中国特色新型智库体系的时代背景下,智库在社会发展和政府科学决策过程中扮演的角色愈加重要。我国民主政治的发展进程直接关系到我国政治现代化的发展,而智库在政府决策咨询、影响社会舆论等方面都发挥着重要的作用,对于促进我国政治民主化、科学化起着积极的推动作用。但是我国现代意义上的智库建设起步较晚,整体发展环境不完善,且由于体制方面、环境方面以及我国智库自身建设方面所存在的问题,我国智库的整体发展格局和治理并没有达到十分理想的状态。本文从阐述智库的基本理念入手,对中国智库发展的社会和政治背景进行了分析,归纳出我国现代智库发展的四个历史阶段,并对我国智库影响政府决策的具体方式进行了阐述。在对我国智库自身发展及其影响政府决策过程中所存在的问题进行分析,指出了我国智库发展过程中存在的问题主要来自外部政策环境因素及内部自身因素,并结合我国实际,提出了我国智库在提升对政府决策的影响力方面,应通过营造良好的外部发展环境,并努力创新和完善自身管理机制,加强自身品牌、人才等方面建设,力图为促进我国智库的发展以及新型智库体系的建立与健全提供可行性建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 陈辛未

A3 霍海燕

PB 郑州大学

T1 我国新型智库建设研究

CL 硕士

YR 2016

K1 新型智库;公共决策;决策咨询;体制机制;影响力

Chinese New-Type Think Tanks;;Public decision;;decision-making consultation;;system and mechanism;;Influence

AB 智力资源是一个国家、一个民族最宝贵的资源。在全球化大背景下,中国之所以被称为是一个已经崛起的世界大国,除了硬实力显著提升的缘故,更重要的还要归功于自实施改革开放以来,党和政府对智库建设的高度重视,使各项公共政策的出台在合理性、周延性、可操作性与前瞻性上大为提高。2015年1月20日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于加强中国特色新型智库建设的意见》,构建新型智库上升为国家战略,我国智库的发展从此进入了一个全新的阶段。但是,由于政治体制、社会经济发展程度和公共管理体制的不同,我国与西方国家的智库发展环境具有极大差别。我国要发展现代智库,建设新型智库,一方面要借鉴吸收西方发达国家有益成熟的发展经验;一方面又不能照搬西方国家的模式,需要重新审视日益纷繁复杂的国内外形势,摆脱对西方智库研究的“路径依赖”。在我国深刻社会转型发展进程中,研究我国新型智库,必须坚持国际比较和本土研究并重。本文立足智库发展的一般规律与中国智库演变的特点,以公民参与和协商民主为理论基础,就我国新型智库建设所涉及的问题进行梳理。全文共分为六部分。第一部分为绪论,介绍本论文研究的背景、目的,国内外研究现状,理论工具及方法,研究的内容和框架;第二部分对智库的概念进行了界定,阐释我国新型智库的内涵,分析新型智库兴起的原因及其作用功能;第三部分对我国新型智库建设的现状做出了全面、科学、准确的观察和分析;第四部分指出现阶段我国新型智库建设所存在的主要问题,并深入剖析产生这些问题的原因;第五部分论述了美国智库建设的有益经验及其对我国新型智库建设的启示;第六部分结合我国新型智库建设的现状和建设过程中存在的问题,探索我国新型智库建设的合理路径。论文指出在未来的发展中,既需要各级各类智库自身提高产品的质量和影响力;又需要国家破除资金、决策和体制机制障碍,为高端新型智库的可持续发展创造良好的环境。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 周文迪

A3 刘永

PB 郑州大学

T1 智慧城市智库联盟组织及运行模式研究

CL 硕士

YR 2016

K1 智慧城市;智库联盟;组织;运行;模式

smart city;;think tank alliance;;organization;;operation;;model

AB 本文在智库联盟相关概念和理论梳理的基础上,通过对智库联盟的现状调查,结合智慧城市建设需求,提出智慧城市智库联盟组织的理论和现实问题,并对智慧城市智库联盟的内涵、特点、建设意义和智慧城市智库联盟线上运行模式,以及智慧城市智库联盟组织、运行与发展的决策建议进行阐述。在智慧城市智库联盟组织的理论构建方面,结合社会网络理论、协同创新理论和系统论等相关理论,系统梳理并提出智慧城市智库联盟组织模式的两种划分方法,即组织管理模式类和信息技术应用类。并对组织管理模式类的星型、蛛网和联邦以及信息技术应用类的线上、线下和混合等智慧城市智库联盟组织模式进行具体分析和说明。本文重点构建互联网环境下,尤其是“互联网+”环境下的智慧城市智库联盟线上组织和运行架构。在智慧城市智库联盟线上组织原则方面,提出并论述需求导向、平台支撑、共建共享、开放协作、交互旋进的五个原则。在智慧城市智库联盟线上组织运行架构方面,设计资源保障、技术支撑、平台管理、服务应用、外部支撑的体系框架。在智慧城市智库联盟线上协同功能设计方面,重点研究智慧城市智库联盟的线上内部交互服务、单向被动服务和多向主动服务协同的功能。在此基础上,讨论了智慧城市智库联盟线上组织和运行机制。随后,本文以“航空经济发展河南省协同创新中心”为例进行实证分析,探讨智库联盟组织模式与运行机制建设中取得的成效与存在的问题,并提出进一步改进建议。最后,对全文进行总结,提出本研究的不足之处和待解决问题。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 曹华甫

A3 刘洪彪

PB 重庆大学

T1 中国民间智库参与政府公共政策制定问题研究

CL 硕士

YR 2016

K1 智库;民间智库;公共政策制定

Think-tank;;Folk think-tank;;Government public policy

AB 政府公共政策的制定关系到经济社会的方方面面,政策本身的质量好坏直接决定了实施的效果。智库是专门研究政府政策并为政策的制定提供咨询的组织,其作用的有效发挥可以提升政府在政策制定上的科学性和有效性。尤其是智库群体中组织结构更为灵活,思想和观点更独立的民间智库,在参与政府政策制定过程中往往有着独特的效果。但是,很长一段时期内民间智库的存在和作用得不到有效的重视,无论是自身发展还是参与政策制定都存在很多问题。2015年1月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加强中国特色新型智库建设的意见》以来,国内民间智库出现了蓬勃发展的态势。有人认为,民间智库迎来了历史上最好的发展时机。尽管如此,国内民间智库在参与到政府公共政策制定上还存在诸多问题和障碍有待克服,本文试图从国内的民间智库参与政策分析和国外经验借鉴等方式来研究民间智库参与政府公共政策制定的问题,并试图寻求更科学的解决对策和途径。在论文的结构安排上,本文从民间智库发展的现状着手,从民间智库自身管理和参与政策制定两个方面对问题进行了研究;接着对国外民间智库的发展和管理经验进行了借鉴,希望通过对民间智库最发达国家美国民间智库经验的对比和借鉴为我国民间智库提供相应的思路和方法;在研究的最后,本文从多个视角提出了中国民间智库参与政府政策制定方面的对策和思路。希望通过以上的研究能够对我国民间智库的发展提供参考,同时也为政府治理能力和治理水平的提升做出自己的贡献。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 蒋伶敏

A3 赵康太;包亚宁

PB 海南大学

T1 中国特色新型智库建设创新研究

CL 硕士

YR 2016

K1 中国特色新型智库;海南科研院所智库;创新研究

novel think tank of Chinese characteristics;;think tank construction scientific research institutions;;innovative study

AB 智库是国家软实力的重要组成部分,在谋划国家战略、建言国家决策和监督国家治理等方面意义重大。当前,中国特色新型智库建设已上升到国家事业发展全局的战略高度,是国家治理体系和治理能力现代化的重要内容。在此背景下,以海南这一特定区域为研究着力点,分析智库建设存在的问题,提出切实管用的智库发展措施,以期给中国特色新型智库建设探索路径,是我们面临的重要研究课题。本文首先厘清智库、中国特色新型智库等概念,指出中国特色新型智库之“特色”是由于我国与西方国家的社会制度不同,所以智库的性质、定位也根本区别于西方国家,“新型”是指中国特色新型智库产生、成长的土壤是市场经济体制,传统智库产生于高度集中的计划经济体制,所以二者的运作机制、体制等有一定区别。阐述改革开放与中国智库的发展,并系统梳理了改革开放以来中国智库的成就。其次,以海南科研院所智库建设为切入点,选取了三个典型案例深入分析中国特色新型智库建设中需要探究的问题,既有智库建设面临的一些局限,也有智库发展的经验。再次,本文在对兰德公司、布鲁金斯学会等美国智库研究的基础上,分析美国智库建设的特点与局限,力图在中国特色新型智库建设的过程中,根据国情,理性认识美国智库建设。最后,本文在认真分析我国智库建设现状、合理借鉴美国智库建设经验的基础上,从解放思想、改革体制机制、创新管理方式方法、夯实智库建设基础、人才队伍建设等方面提出了一系列具体措施,力争探究一条适合我国国情的新型智库建设之道。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张倍茹

A3 袁柏顺

PB 湖南大学

T1 廉政智库政策参与研究

CL 硕士

YR 2016

K1 廉政智库;反腐倡廉;智库政策参与;智库影响力

Anti-corruption Think Tank;;Anti-corruption;;Think Tank's Participation in Policy;;the Influence of Think Tank

AB 廉政智库是智库中一类专门从事廉政研究,且在我国反腐倡廉政策过程中发挥决策咨询作用的研究机构。廉政智库参与决策咨询,有助于推动反腐倡廉政策的科学化和民主化。近年来,我国反腐败更加注重制度和顶层设计,更加注重调动社会各界的力量。顺应我国反腐思路的变化和反腐制度建设的决策需求,廉政智库角色作用的发挥理应受到重视。基于我国国情和反腐倡廉建设的特殊性,我国廉政智库可分为党政廉政智库、社科院廉政智库、高校廉政智库和民间廉政智库。廉政智库采用直接或间接的方式参与反腐倡廉政策,直接参与方式包括直接参与调研和起草、递交政策建议报告、参与决策者的座谈会等；间接参与方式包括出版刊物、举办研讨会和论坛、申报研究课题、借助媒体平台等。廉政智库影响力的发挥表现在“直接影响决策”和“引导形成社会共识”两方面。智库以影响政府决策为首要目标,本文重点研究廉政智库“直接影响决策”的呈现方式,包括研究成果得到领导回应或批示、研究成果发表在成果要报、智库专家受邀参加纪检监察部门领导座谈会等。当前我国廉政智库在参与决策咨询、影响反腐倡廉政策过程中面临自身能力困境和参与机会困境。“能力”困境是由智库本身的制约而导致的政策研究能力和政策影响能力的不足；“机会”困境则是由外部制度环境的制约而导致的缺少参与决策咨询和影响政策的机会。相应地,进一步优化我国廉政智库政策参与的对策可从加强智库自身建设和优化外部作用环境两方面着手。本文的创新之处在于,选取反腐倡廉领域的智库作为研究对象。以政策过程理论、专家治国理论为理论基础,通过问卷调查和专家访谈的方法获取廉政智库参与反腐倡廉政策方式以及发挥影响力等第一手资料,能够帮助我们深入了解我国廉政智库政策参与现状、面临困境。在分析原因的基础上有针对性地提出解决对策,对进一步发挥廉政智库在反腐倡廉建设中的作用具有理论和现实意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王海峰

A3 高奇琦

PB 华东政法大学

T1 大数据智库：中国特色新型智库建设途径研究

CL 硕士

YR 2016

K1 大数据智库;新型智库建设;大数据;云计算

Think Tanks of Big Data;;New Think Tanks Construction;;Big Data;;Cloud Computing

AB 国际竞争力的实质是各国智库的竞争,智库之强亦是一个现代化国家政治文明的标志。鉴于中国智库起步发展的时间较晚,对于智库如何赶超国际一流水平的研究就显得十分必要。本论文试图以大数据分析与运用的视角来探讨如何建设中国特色新型智库,为中国智库的建设发展提供有益的借鉴。通过从大数据的数据挖掘和思维提取的角度,结合中国智库发展的实际情况,将研究的重点放在如何利用大数据技术助力中国智库发展,并弥补智库存在的不足,探讨大数据时代智库发展的路径。同时,对中国重要的官方智库、非官方智库的概况均有涉及。本论文首先将对智库的历史起源进行梳理并界定智库的含义,然后从大数据思维的角度阐释其对于中国新型智库建设的挑战和机遇;第三章则对大数据智库加以厘定,思考什么是大数据智库以及大数据智库具有哪些基本特征,进而对第四章的案例分析辅以铺垫。第四章则通过对美国的大数据智库案例分析,揭示国际顶尖的大数据智库如何影响决策、引领潮流的,展现了大数据对于智库未来转型的深远影响。由此,在最后一章中探讨中国将如何发展大数据智库。中国智库是中国软实力的体现,其未来的发展,将会更需要完善的政策支持与管理机制,更重视数据的深度挖掘,更需要适应互联网思维。中国智库未来的发展实际上就是建设中国特色新型智库的发展过程,既要从自身方面找突破,又要培育起良好的社会发展环境。建设中国特色新型智库是时代赋予的使命,然而中国现阶段仅仅是一个智库大国,离智库强国还有很长的路要走。智库产出的是思想和知识,智库产品的影响力决定了其核心竞争力,也在一定程度上反映了国家的软实力。提高智库的核心竞争力,就要利用大数据的思维方式找准自身定位,明确研究方向,变革组织管理和人才培养机制,提高成果转化率,同时善用新媒体,向世界发出中国的声音。另外,作为中国智库发展的重要推手,政府在智库的整体规划、统筹协调和制度保障等方面需要创新方式方法,加大云计算等基础设施的建设,激发智库的积极性和活力。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李潇博

A3 朱虹

PB 武汉工程大学

T1 智库在中国法治建设中的作用研究

CL 硕士

YR 2016

K1 智库;法治建设;科学决策

Think Tanks;;Legal Construction;;Scientific Decision

AB 智库是公共政策过程中的一类重要主体,在整个公共政策过程中有着不可或缺的作用。随着十八届三中全会对“加强中国特色的新型智库建设,建立健全决策咨询制度”的提出和《关于加强中国特色的新型智库建设的意见》这一重要文件的出台,中国特色的新型智库建设被提升到了国家战略的高度,迎来了新的发展机遇。当前,我国进入了全面建设法治中国的历史新阶段,法治建设得到了较为全面的推进和稳健的发展,在前进的途中仍有许多困难和问题亟待解决。作为国际社会政治经济社会发展重要的新兴推动力量,智库在我国的法治国家建设过程中能够起到什么样的作用?解决什么问题?有何可行的路径?这是当前智库研究面临的重要问题。但是,国内外学术界对此问题仍然缺乏足够的关注,相关研究成果较少。本文则尝试从法治国家、法治政府和法治社会这三个方面对此问题进行深入的研究。为了使智库更好的为法治中国建设服务,本文首先系统研究了在全球化背景下国内外优秀智库的发展历程,总结了先进智库的重要作用。接下来深度挖掘智库咨政建言、理论创新、舆论引导、社会服务、公共外交等方面的功能,为智库推动中国法治建设发展提供理念和实践的借鉴。此外,本文还客观评价了我国法治建设进程中取得的成绩,同时分析了现实立法质量、科学决策以及民众参与等方面存在的不足。在此基础上,提出智库对法治进程作用的切实可行的路径,主要有以下四个部分:1.智库和法治的相关理论研究本部分对智库与法治相关理论进行了系统的梳理。采用了跨学科研究方法、文献研究法、比较分析法和经验总结法,介绍了中西方学者对智库和法治的认识以及西方智库对西方国家法治进程的作用。2.法治国家建设中的智库作用本部分从现实出发,分析了中国立法方面取得的进展以及存在的不足,指出了将法治智库作为完善科学立法的一种新方式的必要性。3.法治政府建设中的智库作用本部分重点阐述了智库在遏制权力的滥用、决策体制的完善等方面的作用。其中,智库中“旋转门”机制对法治政府的监督制约作用是这一部分的重点之一。4.法治社会建设中的智库作用这一部分以智库促进公民社会发展为切入点,分析了智库在实现法治社会中的作用。智库作为“大众的思想者”,利用其独特的平台优势,对大众思想、舆论以及认知方面起到引导作用。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 易花兰

A3 胡涌;陈佳

PB 北京林业大学

T1 中美官方科技决策咨询体系的比较分析

CL 硕士

YR 2016

K1 科技政策;科技决策咨询;使命管理;运行管理;结果监督

Science& Technology Policy;;Science& Technology Policy-making Consultation;;Mission Management;;Operation Management;;Result Supervision

AB 在推动国家治理体系和治理能力现代化的道路上,我国公共治理面临着复杂的背景,承担着全面深化改革的艰巨任务,这直接增加了公共决策者对决策咨询的需求。科学技术对国家发展的重要性决定科技政策在公共决策体系中的地位,日益扩大的利益主体和日益复杂的利益主体博弈,使我国官方科技决策咨询存在着“个人性”、“临时性”和“组织依附性”等问题。为推动我国官方科技决策咨询科学化和民主化的进程,建立健全我国官方科技决策咨询机制,文章运用公共政策、组织理论、知识运用等相关理论知识,从政府组织管理的视角构建适用于分析我国官方科技决策咨询的三维分析框架：“使命管理—运行管理—结果监督”,为整个研究提供理论支撑。官方科技决策咨询机构在我国科技决策体系中扮演着重要的角色,本文从实证的角度对中美两国官方科技决策咨询体系进行概括梳理,通过中国“863”计划及美国国家纳米计划等案例对两国科技决策咨询过程进行研究,运用三维分析框架并结合案例描述,从组织目标、角色定位两个维度对使命管理进行比较；从法律保障、研究团队、筹资方式、管理方式等方面对运行管理进行比较；从成果转化、影响力度等方面对结果监督进行比较。文章最后根据比较的结论和我国官方科技决策咨询的特殊性,提出确保科技专家咨询的“独立性”和“中立性”、完善科技决策咨询相关的法规政策体系、优化科技决策咨询治理机制、强化科技决策咨询的结果监督、建立健全国家科技决策咨询领导小组机制、成立国务院科技决策咨询委员会等推动我国官方科技决策咨询发展的政策建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 潘燕艺

A3 王霄

PB 暨南大学

T1 《案例》：SC咨询公司—知识产权代理业务的价值创造机制研究

CL 硕士

YR 2016

K1 核心资源;创新动力;价值网络;价值创造

core resources;;innovative driving;;value network;;value creation

AB 本文由两个部分组成,案例和案例分析。在案例部分描述了一个这样的案例:SC公司是一家小型民营咨询代理服务企业,主营有关知识产权、公司注册、财税等代理服务及咨询的相关业务。通过对业务发展战略的回顾,描述其业务发展特点及战略成果,找出其在业务发展过程中,伴随着政策的变动带来机遇的同时也迎来了激烈的竞争,还存在着核心资源的困境、创新动力未能充分发挥以及相关服务未能综合满足顾客需求等一系列的问题,找出所处的困境和挑战,提出存在的问题。在案例分析部分,首先根据案例中存在的问题结合行业发展来分析其研究背景,通过对企业案例的观察和研究,结合相关文献中的价值创造及其相关理论,采用文献研究法、案例分析法、访谈法、五力模型来分析问题,并结合价值创造的两个结构面:核心资源、创新动力是如何通过中间机制来实现竞争优势,进而实现企业价值,获得盈利。在理论上充实了对价值创造机制的研究,并在实践上通过对企业的研究,更好的为咨询代理服务企业的发展及走出困境提供理论支持和指导方向。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李辉

A3 邵培基

PB 电子科技大学

T1 ZHB公司发展战略研究

CL 硕士

YR 2016

K1 品牌;咨询服务;发展战略

Brand;;Consulting service;;Development strategy

AB 当今时代市场竞争激烈,越来越多的企业关注品牌,品牌咨询的需求越来越大,不单集中于大企业,需求市场正在转向中小企业；而随着互联网、电子商务以及新媒体的大力发展,企业对于自身品牌的展现也不再局限在传统线下渠道,有了拓展到线上虚拟空间的需求,品牌咨询服务的市场前景一片广阔。对于企业来说,品牌树立后,辅以相应的战略,会大幅凸显企业的竞争优势,并在一段时间内保持市场优势地位,这同样激发了品牌咨询服务的市场需求。ZHB公司,自1996年成立近20年来一直专注于品牌全生命周期的咨询服务,多年来一直维持高增长发展,随着市场需求主体逐渐向中小企业转移,近年来的增速也在放缓；随着大型企业客户的需求日趋饱和,ZHB公司的业务渐显萎缩趋势。显然当前战略已不能适应市场需要,需要重新对公司的战略进行研究调整。而云计算、大数据分析等信息技术正逐渐被更多的企业接受和使用,这在一段时间内会持续影响以智力成果输出为主的品牌咨询服务行业。本文通过对国内外品牌咨询服务的现状及趋势进行分析研究,并结合ZHB公司的业务现状进行阐述分析,通过归纳总结出ZHB公司面临的战略发展问题,结合战略及发展战略理论的相关知识,提出ZHB公司的发展战略方案。本文将以此为目的展开研究,以期能为ZHB公司确定发展战略有所帮助。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 陈思

A3 段绪柱

PB 黑龙江大学

T1 中国官方思想库专业能力建设研究

CL 硕士

YR 2016

K1 思想库;官方思想库;专业能力

Think tank;;Office think tank;;Professional capacity

AB 我国自改革开放以来,经济的快速发展推动了社会的整体进步,决策的科学化与民主化成为了决策者制定公共政策的首要目标,在决策科学化与民主化的进程下,思想库的作用受到越来越多人的关注与重视。而在我国的思想库体系中,官方思想库处于领导地位,但由于传统决策体制、官方思想库局限性等相关因素的影响,我国官方思想库的作用没有充分发挥出来,因此本文从专业能力建设这一研究视角出发,提出要加强官方思想库的专业能力建设,进而确保其功能的发挥,实现自身价值的最大化。本文从思想库的相关概念入手,介绍了中国官方思想库的涵义、特征与功能,着重对官方思想库的专业能力进行分析,提出其五方面的专业能力。其次,对官方思想库专业能力建设的动因、存在的问题及影响因素进行分析。最后根据问题与影响因素提出了三个层面的解决对策,一是强调内部层面的建设,从优化官方思想库的自身管理机制出发,保证其专业能力的充分发挥;二是侧重外部环境的建设,从加强政府制度建设出发,保障其专业能力发挥的作用环境;三是强调官方与民间思想库之间的协调合作,共创一个互惠互利的新型合作模式。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 唐立辛

A3 苏宁

PB 上海社会科学院

T1 “全球智库”的发展对及其对全球治理的影响与作用研究

CL 硕士

YR 2016

K1 全球治理;全球智库;转型;影响力

Global governance;;Global think tank;;Transition;;Impact

AB 在当代的国际关系研究中,“全球治理”可谓是一门显学,在理论和实践方面都倍受重视。全球治理产生于应对全球化负面效应的过程中,在理论上突破了旧有的以国家为中心的范式,在实践上强调多元行为体的共同参与。非政府组织是参与全球治理的重要主体,而智库作为一类特殊的非政府组织参与进了全球治理进程中。“全球智库”是智库发展历程中出现的一种新形式,需要注意,该词并不泛指全球范围内的所有智库,而是特指一种新型智库。在全球经济危机和新兴国家群体性崛起的大背景下,全球治理的转型为“全球智库”发挥更大作用提供了契机。“全球智库”的出现有其必然性和必要性。“全球智库”能够出现,得益于“网络”的发展,在此语境中,“网络"具有双重含义：一是指社会组织形式的网络化；二是指网络信息技术。“全球智库”能够发展,则是源于全球治理转型的需要,该转型包括全球治理跨国主义范式的发展、大国协调重要性的提升以及全球深度治理的深入,该转型要求改变全球治理中发达国家知识霸权造成的扭曲治理状态,实现“真正的”全球治理。本文对“全球治理”和“全球智库”的概念进行了辨析,对二者转型和对接的表现进行梳理,从理论和实践两方面对全球智库对全球治理的影响及作用模式进行研究。本文认为,“全球智库”在全球治理的议程设置中起到了过滤器的作用,对参与全球治理的多元行为体提出的众多利益诉求进行筛选与协调；在全球治理的大国协调过程中,由于“全球智库”具有广泛的智库网络,使其为一轨半和二轨外交提供了良好平台；在推进全球治理均衡发展方面,“全球智库”致力于提高研究者的科研能力、提高决策者的决策能力、培养青年领袖,塑造全球治理未来、教育公众等方面。联合国大学和世界资源研究所是“全球智库”的典型代表,二者的工作较为全面地体现了“全球智库”对于全球治理转型与发展的推动作用。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张欣

A3 池忠军

PB 中国矿业大学

T1 智治之维—智库在公共治理中的功能研究

CL 博士

YR 2016

K1 智治;智库;公共治理;聚散效应

intelligence governance;;think tanks;;public governance;;agglomerationdiffusivity effect

AB 知识经济时代和复杂性时代的到来,使以知识、信息和创新思想为主体的新发展动能成为社会经济发展的共同指向。当知识取代物质成为社会财富的主要载体和来源,当日益复杂化的公共治理问题使原有治理形式和方法面临功能失调,以新思维重构社会发展新动能,以新方法应对复杂化的新问题便成为时代对公共治理的新要求。公共治理的新要求在我国体现的尤为突出,改革开放以来,我国在取得举世瞩目成绩的同时,也进入了一个新的发展阶段。在新的发展阶段,我国的公共治理不仅要面临知识经济时代和复杂性时代所带来的全球性时代课题,更要面对中国在新发展阶段的中国课题。如何有效回应时代对知识、信息和思想的要求,如何以新思维、新方法和新资源应对我国公共治理的新问题和新情况,以“智”为中轴的治理模式逐渐成为公共治理的发展趋势和要求。本文提出“智治”概念作为公共治理的新理念,强调以“智治”的视角重新审视公共治理,进而对公共治理的主体、理念和方法进行再思考。本文在提出“以智咨治,以智启治、以智辅治、以智治治”公共治理新思维的基础上,强调通过“智治”模式实现公共治理由传统工具化治理向当代价值化治理的有效转变,这一转变不仅与公共治理内在所要求多中心、网络化和合作化的内在本质相契合,更是对公共治理新资源、新方法和新能力的积极探索。智治的本质—智慧与治理的关系要求以知识、信息和创新思想实现对公共治理的有效支持,从而构建“智”与“治”的良性互动与协同发展下的创新治理、知识治理、动态治理和智慧治理。然而,作为智治前提的“智”(知识、信息、方法、技术和创新思想等)从何而来便成为有效实施智治之前必须思考的问题。作为社会发展的瞭望者和观察者,作为专业领域的探索者和权威者,作为思想之库、知识之库和智慧之库,作为公共治理的重要思想源,智库在公共治理的智治实现过程中发挥着重要的智力支持作用,这使得对于智库在公共治理中的功能实现和扩展成为了有效实现智治的关键。本文通过对智库在公共治理中“聚散效应”的分析,系统阐述了智库在公共治理中问题域、方法域和资源域中“聚焦问题、聚集资源、聚汇方法”的内聚效应以及“空心Y域”(治理力扩散)、“Y域”(治理力形成增长极带来的扩散)和“治理场域及其能量”(经验化治理向知识化治理、工具化治理向价值化治理以及他治向共治和自治的转变)的三阶扩散效应,从而对智库在公共治理中的功能及其运行机理进行了定位和系统分析。在明确智库在公共治理中的功能及其运行机理的基础上,本文从制度、结构、能力和需求等多元化角度系统分析了当前我国智库在公共治理中有效实现和扩展功能的内外困境及其成因。对于如何有效解决当前我国智库面临的困境,从而实现智库功能的发挥和能量的释放,本文采取比较研究方法,试图通过对西方各国智库发展的审视和经验教训的借鉴,给予我国智库当前困境的解决和有效发展以新思维。西方智库的发展和繁荣是外部拉力和内部推力综合作用的结果,其给予我国智库建设发展和功能实现最核心的启示在于:强调智库建设和发展的系统化,智库功能实现和扩展的综合化以及以“智”与“治”有效互动为内核的智库与公共治理发展的协同化。在充分借鉴西方智库发展经验和教训的基础上,本文结合我国国情提出了在党和政府的领导下,加强智库制度化建设,促进智库多元化发展,推进智库市场化运行以及完善智库社会化服务的智库功能实现路径。试图通过对我国智库外部环境的塑造、内部能力的提升和服务面向的扩展充分保障我国智库功能的实现与扩展,进而实现智库与公共治理的协同发展,最终为我国国家治理现代化和中国特色新型智库建设注入强劲动力。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张亚孟

A3 罗云

PB 兰州大学

T1 我国高校新型智库建设研究

CL 硕士

YR 2016

K1 智库;新型智库;高校新型智库

Think Tank;;New Think Tank;;New University-affiliated Think Tank

AB 高校新型智库是中国特色智库建设的主力军,是推动国家治理体系和治理能力现代化的重要力量,在大国崛起中发挥着重要作用。本文以高校新型智库为研究对象,通过梳理智库、新型智库和高校新型智库的发展历程,分析我国现阶段高校智库建设的现状,研究发现,高校新型智库建设取得了初步成效,但还存在一些问题,比如对高校智库认识不到位,缺乏智库意识;学术研究成果多,被决策咨询采纳的少;智库成果评价方式单一,影响研究人员积极性;高端智库成果发布平台缺失,影响力薄弱;人员组织模式固化,智库型人才匮乏等。在此基础上,本文以国际著名智库斯坦福大学的胡佛研究所为案例,分析了胡佛研究所建设的现状,并总结出胡佛研究所建设高校智库的经验,提出了对我国建设高校新型智库的若干启示。综合以上分析结果,提出推动我国高校新型智库建设的若干措施,具体内容包括:提高对智库重要性的认识;明确智库研究定位;加强智库内部管理部门协作;探索多元化的筹资渠道;改革对研究人员及其成果的评价;搭建影响力输出平台;建立开放的用人机制;创新智库型人才培养。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王东

A3 徐向艺

PB 山东大学

T1 S专利技术服务公司的竞争战略研究

CL 硕士

YR 2015

K1 知识产权服务业;竞争战略;SWOT;差异化;需求型服务模式

intellectual property service industry;;competitive strategy;;SWOT;;differentiation;;needed service model

AB 许多企业为了不断降低企业运营成本,开始将政策咨询、研发、成果转化、法律、评估、设计、知识产权等服务外包,科技服务业逐渐成为一个新兴产业,并显示出巨大的活力。2012年以来,国家科技部、发改委、经信委等相关部门分别密集发布了许多支持和发展科技服务业、知识产权服务业的文件,全国各地政府也针对本地区发展分别直接或间接制定了相应的支持文件,促进了知识产权服务机构如雨后春笋般出现,形成促进国民经济发展的一支重要力量。但服务机构数量多、区域分散、成立时间短、产品同质性强等特点,又让它们在激烈竞争中面临生存和发展问题。S专利技术服务公司(下称S公司)成立于2013年,面对大量的利好政策,以及激烈的竞争,需要思考竞争战略,通过实施和执行,实现生存和发展,并在一定程度上促进服务企业的可持续发展。本课题将S公司作为研究对象,通过查阅文献、调研企业、调查问卷等形式,采用PEST分析和五力模型等管理工具,分析了公司所处的外部环境,得出所面临的机会：整体利好知识产权服务业的政治环境；企稳回升的经济环境；企业日益增长的服务需求；技术环境发展趋势良好；良好的人文环境；潜在进入者威胁力较小；供应商讨价还价能力较弱；购买者可能拥有的谈判权力较小。外部环境中的威胁有：知识产权局的管理限制；竞争者众多；潜在进入者的威胁存在；服务的地域特色和比较优势还需要进一步的突出。基于上述分析,S公司的发展机会要远远多于威胁。本课题就S公司所具有的内部条件进行分析和客观评价,得出其优势：企业资源优越；有一定知名度；创新能力较强；组织机构现阶段比较实用；发展能力较强；服务实现网络化。其劣势为：企业资源开发较难；营销能力较弱；财务能力亟需提高；企业文化建设有待加强；专业员工比例较低；高学历员工缺少；客户服务机制与标准需要加强。利用内部因素综合评价矩阵对公司内部条件评价,S公司内部所具有的优势小于劣势。最后,本课题通过SWOT分析矩阵,就成本领先战略、差异化战略和集中化战略这三种备选战略进行对比分析,S公司所在的知识产权服务业现阶段还没实现规模化和标准化,况且竞争者也较多,所以S公司选择成本领先战略不现实。S公司新成立初期,需要积累不同的客户资源谋求生存和初级阶段的发展,况且其客户资源在地域上比较分散,采用集中化战略就会减少S公司成长发展的空间,所以集中化战略不适合S公司。S公司通过为科技型企业提供科技项目管理与知识产权服务相结合的知识产权整合服务等创新产品,让客户有不同于竞争对手的顾客感知价值,让客户体验同样甚至更好的服务结果；而且很多竞争对手又很难效仿和复制。本课题在客户定位、产品、服务模式等方面制订了差异化战略的实施内容,并在战略预评价和应对措施、优化组织结构、改善人力资源、客户服务策略和组建财务委员会等方面提出了差异化战略实施的保障措施。本课题采用理论与实践相结合的方式,利用战略分析工具研究了S公司的竞争战略,研究结论对于S公司成长和发展、实现企业可持续发展具有指导意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 姚雨楠

A3 杜彩芹

PB 华北理工大学

T1 美国智库的发展对中国特色新型智库建设的启示

CL 硕士

YR 2016

K1 美国智库;发展;中国特色新型智库

American think tanks;;development;;the new-type think tanks with Chinese characteristics

AB 美国智库的发展水平很高,在最新的全球智库报告中显示全球综合实力前十位的智库有六个是美国智库。经过数十年的发展,美国智库已经形成了比较成熟的发展脉络,对其发展进行全面的分析,研究其发展中存在的问题和成功经验对我国智库的发展具有很强的借鉴意义。当前我国处于社会转型的关键时期,国际和国内社会都面临着各种各样的问题亟待解决,政府决策正确与否至关重要。而决策层自身精力、经验有限,仅靠自己很难实现决策的科学化、民主化,需要借助政府的外脑——智库的力量。十八大以后政府逐渐意识到智库的重要性,特别是十八届三中全会明确提出要建设中国特色新型智库。经过前辈们数十年的努力,我国智库的发展水平得到了明显提高,但是仍较为落后,许多方面需要改进,建设中国特色新型智库需要多方努力。文章除了要分析新型智库建设的涵义和意义外,新型智库的建设途径也是要研究的问题。文章主要由五个章节组成:第一章节是绪论,从背景和意义、创新点、手段和方法以及国内外研究现状等几个角度对本研究的基本情况进行分析。第二章节是智库的基本内涵,主要从智库的概念、分类和作用几个角度进行分析。第三章节是美国智库的发展,主要从发展历程、发展特点、运行机制、发展中存在的弊端和成功经验几个角度对美国智库的发展进行了全面的分析。第四章节是我国智库的发展现状,主要从发展历程、运行机制、取得的成就和存在的问题几个角度对我国智库当前的发展情况进行了分析。第五章节是推进中国特色新型智库建设,首先要分析新型智库建设的含义和意义,最后提出新型智库的建设途径。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 苑业枫

A3 陈艳莹

PB 大连理工大学

T1 中国汽车动态网信息产品策略研究

CL 硕士

YR 2015

K1 信息产品;PEST;波特五力

Information product;;PEST;;Porter's Five

AB 咨询业的特点是以提供信息情报服务和智力服务的产业,随着我国经济的不断发展,国内的咨询业市场需求也在不断扩大,国外知名的咨询企业纷纷进入中国市场,国内大中型咨询公司也在不断发展壮大,一些小型咨询公司也在陆续兴起,进而带来的行业竞争也越加激烈。与此同时,我国咨询业也面临着诸多的问题,使得未来我国咨询业市场将面临激烈竞争,也使得咨询信息产品的服务质量面临更大的挑战。中国汽车动态网发展多年,在汽车领域的咨询市场已经形成了一定的竞争力和知名度,针对当前的竞争环境,制定公司信息产品的发展策略,确定公司如何实现产品改进的目标,如何提高公司信息产品的竞争力,对公司今后发展具有重要的意义。本论文将通过运用PEST宏观环境分析法和波特五力竞争环境分析法来分析中国汽车动态网信息产品的外部环境情况,通过分析客户需求,结合公司自身的实际发展情况,通过波士顿矩阵分析信息产品的销售情况,同时对公司信息产品存在的优势与面临的问题作出分析,进而制定出中国汽车动态网信息产品改进策略：信息产品差异化制定策略、信息产品组合策略、新产品开发策略、信息产品生命周期运用策略。同时就如何有效实施产品策略需要的保障与措施做进一步论述。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 段思媛

A3 苑春

PB 兰州大学

T1 兰州S咨询服务有限公司虚拟化运营管理分析

CL 硕士

YR 2015

K1 虚拟化运营;小型咨询公司;知识管理;学习型组织

Virtual management;;Small and medium-sized consultancy;;Knowledge management;;Learning organization construction

AB 随着知识经济的到来,企业需要突破原有实体组织界限,由竞争到合作,共同创造价值,提高竞争力。虚拟化运营本身就是一种组织结构变革的先进思想和理念,中小企业必须做好准备迎接改革浪潮。本文首先对虚拟企业和虚拟化运营的概念、内涵进行了分析,指出虚拟化运营的概念源自虚拟企业,虚拟企业是实体企业进行虚拟经营的结果,需要正确理解界定其内容的范围。其次分析了国内外咨询业现状和咨询公司虚拟化运营的趋势,指出咨询公司虚拟化运营有其独特的优势和必然性。西方咨询业已经进入了迅速发展的繁荣时期,而我国的咨询业虽然经历了近30年的发展,与西方咨询业的差距还是很大。咨询业作为21世纪的新兴产业,已经成为全人类广泛的社会活动和共同性产业。作为一种知识性产业,它本身就带有天然的虚拟性。对于数目众多的中小咨询公司来说,人力物力财力都无法与国内大型咨询机构相比,更无力与国际咨询巨头相抗衡,虚拟化运营就成为中小咨询公司发展的必经之路。兰州S咨询服务有限公司是典型的小型咨询公司中的一员,没有什么名气并且咨询人员数目少于20人。对于这样的小型咨询公司想要在竞争中求发展,虚拟化运营便是行之有效的途径。然后运用波特五力分析模型、SWOT分析模型和导弹模型对兰州S咨询服务有限公司虚拟化运营进行分析,最后提出兰州S咨询服务有限公司虚拟化运营的实施措施。通过分析得出,兰州S咨询服务有限公司可以采取专一化战略为核心战略,它的特定客户群体是西部地区的中小企业,结合虚拟咨询人员战略、资源领先战略、企业文化战略和灵活战略为其驱动战略,达到以完成项目为目标的战略的导向战略。具体措施包括找准市场定位;提高客户满意度;加强知识管理;加强人力资源建设和学习型组织建设;合理降低成本和提供特色服务。本文通过分析兰州S咨询服务有限公司虚拟化运营,得出其虚拟化运营的实施措施。这些战略和措施对于像兰州S咨询服务有限公司这样的中小型咨询公司都有借鉴意义,这也是本文的研究意义。随着国内咨询业的发展,中小型咨询公司想要快速的在市场中赢得一席之地,虚拟化运营是其行之有效的方式,也是其发展的必经之路。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张君瑶

A3 吴非

PB 暨南大学

T1 地缘政治视角:印度智库与媒体的互动关系

CL 硕士

YR 2015

K1 印度媒体;地缘政治;印度智库

India Media;;Geopolitics;;India Think Tank

AB 智库作为政策导向的研究组织,致力于影响公共政策和公众舆论。在全球智库格局之中,美国智库在数量和影响力上均居于全球领先的地位。然而随着诸如金砖国家等新兴国家的崛起,世界政治经济格局正在发生变化,这些新兴国家的智库也在迅速发展。尽管很多新兴国家的智库基于对本国、本地区的政治经济的了解和对政治操作方式的熟悉,能够针对地区内或国际事务进行比较好的研究。但是,囿于传播技术和传播能力,这些国家和地区的研究成果并未能实现很好的传播效果。本文选取印度三大主流智库,印度国防研究分析所,观察家研究基金会,印度国际经济关系研究委员会针对其与主流媒体的互动关系进行研究,探讨印度智库是如何使用媒介手段,进行舆论引导,扩大自身的传播覆盖率。宏观上,本文将全局性地考察印度智库和媒介的互动形式和互动特征。微观上,由于印度在地缘政治上的特殊地位及其传统的地缘政治观念,本文选择从地缘政治视角切入,选取两个重点的国际问题议题:乌克兰危机和金砖银行议题考察在具体议题运作中智库与媒介的互动特征。最后,本文将在前文基础上,针对印度智库与媒体的互动关系进行梳理和评析,并从全媒体的角度,尝试提出在新兴国家智库可以借鉴的传播策略。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 朱猛

A3 陈涛

PB 外交学院

T1 日本智库的运作机制

CL 硕士

YR 2015

K1 日本智库;运作机制;日本国际问题研究所

Japanese Think Tank;;Operating Mechanism;;Japan Institute of

International Affairs

AB 智库又称为思想库，它来源于英文的“Think Tank”，一般认为智库具有非营利性、独立性，以公共政策为研究对象，以影响公共政策为研究目标。

现代意义上的智库诞生于第一次世界大战后的美国，以后逐渐在世界各地发展起来。日本智库的发展经历了萌芽期和三次创立高潮之后，21世纪进入整合期。根据美国宾夕法尼亚大学智库和公民社会研究项目发布的《全球智库报告2014》统计，日本智库数量位居全球第九，共有108家。基于对智库成员、学者和记者的调查做出的全球智库排名中，日本国际问题研究所位居全球第13位，亚洲排名第一，与2013年排名持平。

日本国际问题研究所是世界公认的日本智库中的佼佼者。透过对日本国际问题研究所的案例研究，我们可以看到日本的大型智库一般都设有理事会，并且强调监察机制。人才机制方面，一般以课题为中心组建研究团队。资金来源方面，智库的资金来源渠道趋于多元化。影响力方面，日本智库通过多种途径、间接地影响日本的政府决策。但是，相较于欧美国家的智库同行，日本智库影响力是十分有限的，受到多种因素的制约。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王新会

A3 梁春梅;刘民

PB 山东师范大学

T1 山东H市场研究咨询公司营销战略研究

CL 硕士

YR 2015

K1 PEST模型;SWOT分析;营销战略

PEST;;SWOT;;Marketing Strategy

AB 市场调研行业从1988年开始至今，在国内有了迅猛的发展。各类企业对于行业环境、消费心理、产品定位等信息需求激增，特别是在外资企业逐步通过合资和独资的方式进入中国市场后，使市场调研成为一种普遍的需求。一批拥有相对领先的研究技术和行业经验的国外知名调研公司，纷纷以合资的方式收购和入股了一批国内的民营市场调研公司。这种结合快速提高了国内市场调研行业的整体水平，还带来了很多新的研究理念、研究方法和分析技术。市场调研行业快速地发展，也导致了很多机制和人员跟不上发展的速度，产生出很多质量隐患，同时很多民营市场调研公司营销意识薄弱，做大型公司全国调研项目的代理执行业务的商业模式遇发展瓶颈，急需新的营销策略助力企业进行一手客户开发，发现新的盈利模式及利润增长点，实现企业的永续生存。

笔者根据自己在市场调研公司从事市场部工作的经验和对业内人士、客户所做的深访，获得了市场研究行业现状和客户需求方面的一手材料。基于这些材料，本文分析了市场调研公司的商业模式，以H市场研究咨询公司为例，描述了企业现状及存在的问题，总结了这些问题的成因。然后又引入营销战略的相关成熟理念，构建了一个适合H公司的营销战略。此研究成果已经被部分地引入H市场研究公司的工作实践，对H公司的业务增长起到了极大的促进作用。后期将逐步推进本文研究成果在H公司的应用，加大变革力度，助力企业实现“二次创业”，进而对整个市场研究行业的发展起到正面的影响。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 关大明

A3 樊新民

PB 中国青年政治学院

T1 北京中小管理咨询公司运行模式比较研究

CL 硕士

YR 2015

K1 管理咨询公司;组织结构;运行模式

The management of consulting company;;Organization structure;;Operation mode

AB 本文以北京市三家管理咨询公司作为研究案例,通过对案例公司的组织架构项目运行、人员管理进行探索和描述,总结出三家公司的运行模式,并进行比较研究,最后提出改进性的意见。不同规模的管理咨询公司在组织架构上有一定差别,但总体上表现出趋同性。这种趋同性是由强制机制、模仿机制和社会规范机制造成的。小微公司的组织架构主要作用是给组织成员对外交流提供正式身份,中型公司的组织结构作用还包括公司的内部管理。小微公司在项目获取上基本依赖于创始人的社会关系,而中型管理咨询公司则主要以合作伙伴和市场投标作为项目获取的主要方式。在结构洞理论和交易成本理论的假设下,这是小微公司能够获得项目的前提。在人员管理上,小微公司在决策上采用领导负责的决策模式,而中型公司采用分层型决策模式。中小企业都面临人员流动性过大的问题。由于人所受到的有限理性的束缚,中小公司往往缺乏长期规划,对公司人员缺乏职业生涯的规划。本文建议,中小企业在组织架构上保证对环境的适应性和管理上的灵活性。在公司获取项目上,应在保证目前稳定获取渠道的基础上积极参与市场竞争,增强自身竞争力。在人员管理上,中小公司应加大人力资源管理上的投入,为员工规划与公司发展相契合的职业生涯,增强情感纽带和福利待遇。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 武源洁

A3 尚珊

PB 山西大学

T1 基于客户细分的虚拟咨询企业知识链管理

CL 硕士

YR 2015

K1 虚拟咨询企业;客户细分;知识链管理

Virtual consulting companies;;Customer segmentation;;Knowledge chain management

AB 随着信息时代的到来,信息管理理论、知识管理理论、计算机互联网技术的发展,以计算机网络为基础的虚拟咨询企业得到了快速的发展。而知识经济时代的到来,使得人类社会各方面都发生了深刻的变革。新兴的知识型企业——虚拟咨询企业,它以信息、知识资源为基础生产原料,以知识的创造、选择、组织、应用为主要生产手段,以知识型产品为竞争商品,对知识的生产、经营、管理有了更深入的要求。知识链是知识流动与转化的具体体现,并强调在知识管理过程中各主体之间、与外界环境之间的关系和作用,是知识管理中的重要方法。对于虚拟咨询企业来说,在需求日益广阔的市场上,客户的需求逐渐多样化,单一的产品和服务不能满足所有客户的需求,同时也不可能最大程度地激发客户对于知识的发现、运用以及创造的能力,而只能满足客户量最大的某类客户,或者其他几种客户量较大的客户。针对多样化的客户及需求,客户细分就是将客户依据不同的细分原理、细分方法、细分模型,对客户进行全面、准确的细分,并分析不同客户群的需求特征,建立个性化的知识链管理模型,实施针对性的知识链管理办法,为不同类型的客户提供个性化的服务,最大化激发客户的创造力,提高虚拟咨询企业的服务质量,确立其在市场中的优势地位,并促进知识的创造与共享。本文通过对知识管理、知识链管理等概念、模型的研究,结合虚拟咨询企业的特点,建立了虚拟咨询企业的客户知识链管理基础模型,并将客户细分运用于虚拟咨询企业,运用SPSS层次聚类法将虚拟咨询企业客户进行细分,通过问卷调查的方法对不同的虚拟咨询企业客户进行了量化研究,针对不同客户所具有的特点,在虚拟咨询企业的客户知识链管理基础模型的相应阶段制定了个性化的知识链管理办法,促进虚拟咨询企业客户对于知识的创造、交流与共享。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 罗时罡

A3 余正琨

PB 江西师范大学

T1 行政决策专家咨询制度研究

CL 硕士

YR 2015

K1 行政决策;专家咨询制度;专家

administrative decision-making;;expert consultation;;system;;expert

AB 专家─来源于普通公众又不同于普通公众,他们以知识和技术的优势参与到行政决策当中来,能够增强行政决策的科学性和民主性。现代意义上的行政决策专家咨询制度最早出现在西方发达国家,随着政治经济全球化的发展以及我国改革开放的深入,传统的行政决策单方主导模式逐步向现代模式变迁,专家的咨询作用受到了广泛的关注和重视。近年来,我国在这一领域也进行了不断的摸索和实践,积累了许多宝贵的经验。但相比发达国家,还是存在许多不足之处,没有充分发挥好专家的咨询功能。本文基于对我国行政决策专家咨询制度的发展状况进行梳理和分析,以期探求完善其制度构建的可能性。本文一共分为五个部分:第一章对行政决策专家咨询制度的一些基本概念作出了界定。厘清概念是为了更好的把握研究对象的性质、范围和方向,在此基础上进一步研究和探讨。第二章对行政决策专家咨询制度的理论基础和现实依据进行分析。专家咨询制度的建立和发展并不是空中楼阁,它与专家理性模式的兴起和正当程序理论有着密切的联系,而且也是基于实现行政决策科学化、应对现代风险复杂社会、实现行政决策模式转型的现实需要。第三章对我国行政决策专家咨询制度进行了一个全面的考察。介绍了其在我国时空上的发展历程,而且对其立法状况和现实情况进行了考察,分析其存在的问题和不足之处,为制度的完善提供了逻辑起点。第四章论述了国外的行政决策专家咨询制度的发展状况和经验借鉴。以美国和日本为例,对他们的具体做法进行分析,在与我国进行对比的基础上形成经验借鉴。第五章对如何完善我国行政决策专家咨询制度进行了探讨,主要是从宏观环境和微观机制两个方向进行思考。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 任晓磊

A3 吕希艳

PB 北京交通大学

T1 基于本体的管理咨询类项目知识集成研究

CL 硕士

YR 2015

K1 管理咨询项目;本体论;本体构建;知识活动分析;知识集成

Management consulting project;;Ontology;;Ontology Modeling;;Knowledge activity analysis;;Knowledge Integration

AB 管理咨询类项目全过程是一个复杂的知识集成过程,在咨询项目过程的各阶段中,咨询服务提供方需要通过获取和整合来各种各样的知识,从而完成项目进行过程中所面临的各种问题。而这些知识往往不光来自于项目组内部,还有可能来自于项目组外部,甚至是组织外部,且这些知识一般都会涉及多个专业领域。为了能够保证管理咨询类项目的顺利完成,保证在项目各个阶段知识的获取和整合,就需要事先了解整个咨询项目过程中知识活动情况,并在此基础上建立一定的知识集成方法。

本文主要基于知识历程图研究了管理咨询类项目全生命期各阶段的知识活动情况；在此基础上,对管理咨询类项目所涉及的知识进行分类汇总,构建了知识网络图；在知识网络图的基础上,应用本体建模方法,构建了管理咨询项目相关的知识领域本体,管理咨询类项目的业务过程本体以及情境本体。在本体模型构建的基础上,研究了知识领域本体、管理咨询类项目业务过程本体以及情境本体之间的集成问题。此作为基础,开发了管理咨询类项目知识集成原型系统,并将其与实际战略咨询项目相结合,通过系统的实际使用情况,以问卷调查的形式,验证了该原型系统对于实现管理咨询类项目知识集成的目标是有一定积极作用的。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 冯俊

A3 白德全

PB 河北大学

T1 中国思想库对公共政策制定的影响研究

CL 硕士

YR 2015

K1 思想库;公共政策制定;影响力

think tanks;;public policy-making;;influence

AB 自1978年改革开放以来,中国政府部门制定的公共经济政策取得了巨大的成功。在当前的全球视野下,中国的不断崛起对世界格局的发展产生着深刻的影响,中国思想库需要立足于具体国情向世界去“说明中国”。中国思想库与发达国家相比,发展仍然滞后,需要解决自身建设不完善等内部问题,也要克服发展环境不足等外部问题,不断对改革和发展总结经验与教训,立足长远,科学理性地解决理论问题和实践问题。而与此同时,我国正处于经济转型升级和创新驱动型发展的这一重要战略机遇期,传统发展的优势逐渐衰减,现代经济发展面临的问题又出现错综复杂的局面,我国公共政策的民主化和科学化也对思想库的发展提出了新要求,我国思想库急需发挥“转知成智”的重要功能。1992年,党的十四次全国代表大会把决策科学化和民主化作为实行民主集中制的重要环节和社会主义民主政治建设的重要任务。2002年,党的十六次全国代表大会又明确指出“把改革和完善决策机制放在重要位置,提出完善专家咨询制度,实行决策的论证制和责任制”。2004年初,《中共中央关于进一步繁荣发展哲学社会科学的意见》明确指出“要使哲学社会科学界成为党和政府工作的‘思想库’和‘智囊团’。”2007年,党的十七大报告指出要“鼓励哲学社会科学界为党和人民事业发挥思想库作用”。2012年,党的十八大报告再次指出要“进一步健全决策机制和程序,发挥思想库作用,加强决策的论证、听证,不断提高科学决策、民主决策、依法决策水平”。2013年,党的十八届三中全会指出要“加强中国特色新型智库建设,建立健全决策咨询制度”。2015年1月20日,中华人民共和国中央人民政府网公布中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于加强中国特色新型智库建设的意见》。将思想库的发展提高到国家层面,思想库的发展面临着重大的机遇,思想库必须解决影响自身发展的内外部问题。本文对在公共政策过程中存在的问题进行了分析总结,并针对存在问题提出了相应的解决办法,希望本文的研究能够对思想库的发展起到积极的作用。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李兰芳

A3 沙振权

PB 华南理工大学

T1 广州M&T管理咨询公司营销策略研究

CL 硕士

YR 2015

K1 管理咨询;广州M&T管理咨询公司;营销策略

Management consulting;;The M&T consulting Co.,Ltd.;;Marketing Strategy

AB 管理咨询业最早是19世纪末在美国开始发展的,是近些年来世界上发展速度较快的一个行业。我国的咨询产业诞生于20世纪80年代初期,随着改革开放进程的发展,我国的管理咨询产业应运而生。中国加入世贸组织以来,我国的管理咨询企业在国外咨询公司大肆进军中国市场的浪潮推动下,得到了非常快速的发展。加入世贸组织后,国内企业对于咨询服务的需求日益增加;很多成功的咨询案例,使得企业也越来越懂得咨询的价值;国内有大量的中小企业因为内部的管理水平普遍不高,更加迫切需要咨询服务改善内部管理情况。但国外知名咨询公司的咨询费用动辄上百万超出这些中小企业的承受范围。比起国外知名咨询公司,我国咨询企业由于人力成本相对较低,收费比国际知名咨询公司更容易被这些中小企业所接受;而且作为本土咨询企业,比国际知名咨询公司更加熟悉中国的企业情况和市场行情,与客户沟通更通畅无阻,人脉关系和社会网络等方面也更有优势,我国的咨询业正面临着广阔的市场空间和空前的发展机遇。广州M&T管理咨询公司立足于穗城广州,业务辐射到全国多个城市,为企业提供专业的组织管理、组织变革等人力资源方向的管理咨询,并为企业提供高端的企业内训课程和中高端职位的人才引进服务。广州M&T管理咨询公司充分地将企业实际情况和人力资源战略、发展动态等实时环境结合起来,为企业提供管理咨询方案,并协助企业落实经营战略。广州M&T管理咨询公司在接到客户咨询需求后,咨询团队成员凭借着丰富的咨询经验、结合专业的调研分析,对客户进行诊断,制定实事求是的管理咨询方案,并在客户实施过程中及时跟进,帮助客户解决经营管理中存在的组织管理问题。面对我国当前管理咨询行业发展的机遇,如何提高企业自身品牌,占据市场地位,成为了广州M&T管理咨询公司生存和发展的重要问题。本文在当今国内外咨询行业的背景下,以广州M&T管理咨询公司的营销策略为研究对象,通过对广州M&T管理咨询公司内部情况、营销环境、SWOT进行深入分析,形成共识的营销策略方案,探索适合广州M&T管理咨询公司的未来发展之路。本文不仅为广州M&T管理咨询公司在未来发展进程中提供了坚实的理论基础,也对国内管理咨询企业的营销战略制定具有一定的现实意义和参考价值。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 马艳

A3 陈立平

PB 首都经济贸易大学

T1 SY出国咨询公司营销策略研究

CL 硕士

YR 2015

K1 移民顾问行业;营销策略;环境分析;SWOT;分析

Immigration Consulting Industry;;Marketing Strategy;;Environment Analysis;;SWOT Analysis

AB 自2012年底起,多个国家的移民政策相继做出了较大幅度的调整。受这些政策影响,符合技术移民条件的申请者将不断减少。随着各国移民门槛的逐步提高,加之申请人对移民顾问公司的选择更加理性,移民公司的竞争也愈演愈烈。在新的形势下,移民顾问公司要想获得持续发展和不断提升核心竞争力,就要根据公司内部实际和外部环境,制定适合公司发展的营销策略。本文以SY出国咨询公司为研究对象,通过作者对移民顾问行业现状的实地考察,在对SY出国咨询公司竞争能力和市场营销策略分析的基础上,探讨我国移民顾问行业的现状及发展前景,为SY出国咨询公司制定符合公司自身实力和适合公司发展的营销策略。本文共分六部分:第一部分为绪论,主要介绍本论文的研究背景和研究意义、研究的方法和研究的主要内容;第二部分是SY出国咨询公司概述,详细介绍SY出国咨询公司概况及业务范围;第三部分是SY出国咨询公司发展现状,对SY出国咨询公司的外部环境、内部环境和竞争情况进行详细分析;第四部分是SWOT分析,总结SY出国咨询公司的机会、威胁、优势和劣势;第五部分是SY出国咨询公司的营销策略定位和实施;第六部分是结论。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 孙竹青

A3 王建基

PB 新疆大学

T1 新疆智库人才队伍建设研究

CL 硕士

YR 2015

K1 新疆智库;智库人才;人才队伍建设

A think-tank in xinjiang;;The think-tank talent;;The construction of talent team

AB 我国智库发展建设还处于初级阶段,对我国当前智库人才队伍建设的状尚缺少准确、全面、深入的把握,亟待深入开展智库人才队伍建设的理论研究。面对当前社会变革的加快,新疆智库在政策参与这一方面的准备工作并没有做好,尤其是一些地方政府仍然沿用了较为传统和封闭的决策模式,而由于智库自身发展的不足,也使得其研究水平与需求方的要求之间产生了很大的差距。无论是作为需求方的各级地方政府,还是作为供给方的各类智库,都尚未形成较为完善的符合现代发展需求的运行机制,这不仅大大限制了新疆智库的发展,同时也阻碍了公共政策科学化的进程。本文通过对新疆智库中的一些具有代表性的智库进行了调查研究,着重分析了这些智库人才队伍建设的现状及取得的成就,从现状中分析新疆智库人才队伍建设存在的关于人才引进渠道、人才管理机制等方面的问题,并探析产生这些问题的经济、社会、环境各方面原因,为更好地建设新疆智库人才队伍提出建设性的意见。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 郝旭洁

A3 金海和

PB 内蒙古大学

T1 中国智库成果转化机制研究

CL 硕士

YR 2015

K1 中国智库;成果转化;机制;系统论;协同学

Chinese think tank;;achievement transformation;;mechanism;;system theory;;synergetics

AB 全球和中国社会经济环境的快速变化,信息的爆炸式增长,推动着大量智库组织的崛起。中国作为新兴市场国家,政策制定者及企业愈发需要专业的机构为其出谋划策。成果转化是智库获得自身发展的关键一步,同时智库成果的成功转化可以协助决策者获得信息和解决方案,还可以帮助那些被排除在政策制定过程外的人影响政策制定结果,促进决策民主。中国智库成果转化机制中存在的问题导致其成果转化率低、转化周期长,严重制约了中国智库自身的发展,限制了其对社会积极作用的发挥。本文以系统论、协同学作为理论基础,对中国智库的成果转化机制进行研究。文章分为四部分,首先界定了智库成果转化的概念、成果转化机制的特征及构成要素,并对涉及的理论基础进行简要介绍。其次概述了中国智库成果转化机制中资金管理、人员配置和成果转化及过程的现状,并指出存在的问题。然后分析了问题存在的原因,归纳为是由政策、法律、市场所构成的环境支撑系统和创新系统这两部分的缺陷。最后在此基础上,提出了完善中国智库成果转化机制的途径需要构建环境支撑系统和优化科技创新系统,并以协同学为基础提出构建智库成果转化协同机制的可行性及措施。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 黄毅华

A3 朱顺泉

PB 广东财经大学

T1 Z咨询公司的战略选择与实施研究

CL 硕士

YR 2015

K1 信息咨询;战略分析;差异化;一体化

Information consulting industry;;Strategic analysis;;Differentiation;;Vertical integration

AB 目前,我国信息咨询业正处于高速发展阶段。在高速发展的背后,我国信息咨询业隐藏着缺乏有经验人才、服务质量差等不少问题。在国内对信息咨询需求有增无减的情况下,这些问题日益突出。并且,随着国内信息咨询企业的不断增加,我国信息咨询业内竞争越显激烈。同时还受到国外知名信息咨询企业的冲击。在这种“内忧外患”的市场竞争中,国内的信息咨询企业如何处于不败之地,已经成为很多国内信息咨询企业急迫要考虑的问题。本文以Z咨询公司为研究对象,依据战略管理相关理论,结合其存在的主要问题,运用PEST和波特五力模型战略管理工具对该企业外部宏观环境以及行业环境进行分析,指出其所处外部环境的特点。同时,应用VRIO框架对企业的内部能力与资源进行分析,找出该企业的竞争优势与劣势。最后,通过SWOT模型对Z咨询公司的内外部因素进行综合考虑,发现企业外部的机遇与威胁,找出企业的优缺点。根据这些战略分析,对Z咨询公司作出战略选择。最后,本文就Z咨询公司的战略选择,提出对应的实施方案,并简要介绍了战略实施步骤及预期效果;另外,本文还提及在战略实施过程中可能会遇到的困难,并就这些困难给出一些解决方案,以确保战略目标的达成。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 肖婧

A3 单承戈

PB 西南交通大学

T1 电子商务环境下咨询企业的CRM系统应用研究

CL 硕士

YR 2015

K1 咨询企业;CRM;电子商务

consulting enterprises;;CRM;;E-commerce

AB 在日趋激烈的市场竞争中,我国咨询企业面临严峻的挑战,管理不规范、任务指派混乱、咨询手段落后、客户流失严重等问题已成为行业发展瓶颈,严重困扰行业发展。与此同时,随着电子商务的发展,客户关系管理在现代咨询企业管理中扮演着越来越重要的角色,而电子商务的产生、应用与发展更为咨询企业利用先进的信息技术手段实现企业对客户关系的有效管理提供了便利与技术支撑。企业实现对客户关系的有效管理,真正了解并满足客户需求,及时发现客户的消费行为特征,甚至是预测客户的消费行为,已经成为了咨询企业新一轮市场竞争制胜的关键。本文首先对传统商务环境下CRM (Customer Relationship Management)的局限性以及电子商务环境下CRM的特点及优势进行了分析；其次介绍了管理咨询的相关理论、咨询服务行业的发展概况以及我国咨询行业现存的主要问题,继而强调了咨询企业实施CRM的必要性并对当前咨询企业CRM的实施现状进行了分析总结；接着确定了面向客户关系管理的咨询企业的业务流程,并根据此流程分别从前台以及后台的角度对电子商务环境下咨询企业的客户关系管理体系进行构建。文章在最后结合一个咨询公司实例,设计了一套完整的咨询企业CRM系统,实现了部分主要功能。该系统目前正在某咨询公司使用,并取得初步成效。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 吴宗哲

A3 宋悦华

PB 大连理工大学

T1 中国特色新型智库建设问题研究

CL 硕士

YR 2015

K1 智库;中国特色新型智库;公共政策;决策咨询

Thinking Tank;;New Thinking Tanks with Chinese Characteristics;;PublicPolicy;;Policy-making Consulting

AB 作为公共决策链条中不可或缺的一环,智库对于促进公共决策科学化、民主化,实现社会主义政治文明发挥至关重要的作用。在美国宾夕法尼亚大学发布的《2014年全球智库发展报告》中,我国被认可的智库有429家。但事实上,据上海社科院《中国智库报告》统计指出,我国智库约2500家,也就是说,我国有近83%的智库是不符合全球智库标准的。现阶段我国正处于中国特色新型智库建设时期,因此,突破原有智库制度体系、运行过程,结合国情,以人民利益为出发点,打造服务决策、服务社会和服务人民的中国特色新型智库显得尤为重要,这对于推动我国经济社会发展、提供科学决策意见、提升国家软实力具有十分重要的意义。本文在第一章阐述和界定了智库、中国特色、中国特色新型智库的概念,通过国内外智库的理论研究找出当前我国智库理论研究的不足；第二章归纳并尝试性地就智库建设进行理论分析,制定了中国特色新型智库建设的影响因素,并通过借鉴国外智库建设经验,寻找中国特色新型智库建设的可取之处；第三章对我国智库的演变进程、基本情况加以分析,找出中国特色新型智库发展的局限性,结合辽宁省智库成员访谈,有针对性地分析中国特色新型智库建设局限的成因；第四章立足于政治、社会环境,对官方智库、半官方智库、民间智库和高校智库的建设提出具体建议。由于受国情、外部因素、自身条件等方面的制约,智库在公共政策制定中还没有发挥其应有的作用。在这种情况下,加强对中国特色新型智库的理论研究,探讨如何发挥智库在政府公共政策制定中的作用,就显得尤为重要。本文试图从加强智库独立性、完善智库体制、加强政策支持、扩宽融资渠道、整合智力资源、搭建交流平台等方面对中国特色新型智库建设提出一个较为合理的发展路径,期望能实现资源整合,提升民主政治的发展以及社会开放程度,提高智库参与政策制定的能力,完善公共政策制定的质量和水平。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 何金花

A3 梁戈夫

PB 广西大学

T1 效用价值下关键成功因素与施诊背景组合研究

CL 硕士

YR 2015

K1 企业诊断;效用价值;施诊背景;关键成功因素;正交试验

diagnostic;;utility value;;consulting background;;CSF;;orthogonal test

AB 近年来我国管理咨询行业快速发展,但是在长期的实践工作和对企业诊断的项目效果当中,我们发现,咨询业绩的改善效果并不明显,企业诊断的价值并没有得到最大程度的发挥和充分的体现。鉴于上述情况,本文在梁戈夫对企业诊断、关键成功因素以及价值功能的研究基础上,以效用价值为基点,以关键成功因素和施诊背景组合为主线,综合运用系统分析,正交试验等方法,深入研究了基于效用价值下关键成功因素(Critical Success Factors, CSF)与施诊背景研究组合的相关内容。首先研究CSF与施诊背景组合理论研究,然后构建与解析了CSF与施诊背景组合三维结构模型,同时将企业诊断价值分为专业价值、基本价值、认同价值且它们分别对应施诊者效用价值、企业效用价值、委托者效用价值的三个维度,从不同效用价值层面下研究关键成功因素和施诊背景的组合,同时研究了综合施诊者效用价值,企业效用价值,委托者效用价值时关键成功因素与施诊背景研究组合。这些为提高企业诊断质量,提升企业诊断价值提供了可靠的依据。全文的主要研究内容和研究成果如下：(1)以效用价值为基点,以关键成功因素和施诊背景组合为主线构建与解析CSF与施诊背景组合三维结构模型。(2)基于效用价值的理论基础,将成功关键因素置于企业的生命周期、价值工程方法和环境、以及SWOT体系中进行考察,寻找其结构化的施诊背景。(3)运用正交试验的方法对不同效用价值层面下关键成功因素和施诊背景组合带来的效用进行验证和演算,以证明不同效用价值层面关键成功因素和施诊背景组合的合理性。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 顾恩泉

A3 唐彦林

PB 辽宁大学

T1 美国智库影响中美新型大国关系构建的研究

CL 硕士

YR 2015

K1 智库;中美关系;新型大国关系;美国外交决策

Think Tanks;;Sino-US Relations;;A New Type of Major-Country Relations;;America's Foreign Policy Making

AB 在美国独特的政治环境中,美国智库在其国家战略及对外政策的制定进程中发挥着不可忽视的作用。美国智库之所以在美国政策制定中发挥如此大的作用,得益于其拥有充足的专业人才,完善的硬件设施,以及先进的运作理念。进入新世纪以来,中国的国家综合实力得到了长足提升,作为世界上唯一超级大国的美国,对待中国的崛起持欢迎态度还是抵制姿态,美国智库意见不一。随着中国国力的不断增强,美国在相对衰退,政治现实主义中定义的守城国与挑战国由竞争的激化最终走向战争的修昔底德陷阱理论被用以形容未来中美关系的走向。为了突破修昔底德陷阱,中国开创性的提议建立21世纪新型大国关系,这是一项符合历史潮流的提议,这一新型关系的特点体现在:相互理解与战略互信,互相尊重核心利益,互利合作,增强在国际事务上的协调合作。美国智库对于新型大国关系这一提法众说纷纭。美国不同智库对此所持观点具有差异性背后也都有各自充分的原因,文章也对具有代表性的不同观点及原因进行了比较。由于美国智库对这一政策的倾向将对美国政府的对外政策制定产生巨大影响。因此研究美国智库对这一概念的态度,将有助于了解美国对外政策的制定。文章第一章,从介绍美国智库的发展及其作用进行了全面阐述。第二章,从介绍新型大国关系提出的时代背景、内涵及特点入手,分析了美国不同派别智库对这一概念的态度。第三章,具体分析了美国智库影响政策制定的途径。最后一章,对中国的应对策略提出建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王伟

A3 傅广宛

PB 华中师范大学

T1 我国政府决策咨询机构人员专业构成问题研究

CL 硕士

YR 2015

K1 决策;咨询;专业;构成

decision-making;;consultation;;professional;;constitution

AB 政府决策咨询机构提供的咨询意见是在不同专业领域专家广泛参与的基础上实现的,这样的人员专业配置可以为咨询质量提供科学的保证。而我国多数咨询机构人员以社科类专业为主,自然科学背景的研究者偏少,结果导致研究成果中以定性分析为主,定量分析不足。迫于决策环境复杂化的要求,我国政府决策咨询机构应在研究人员的专业布局上进行统筹规划,使得研究队伍的专业知识结构在整体上能够文理兼备、相互补充。构建合理优化的人才队伍,实现人员专业构成的进一步优化,对于提高咨询机构政策建议的质量具有非常重要的理论和现实意义。论文绪论部分是对研究背景、现状、概念及方法等方面的梗概。论文主体分为六部分:第一部分为"政府决策咨询机构人员专业构成的依据和需求",论述了决策咨询机构人员专业布局应遵循的依据,并就综合性和专业性咨询机构关于人员专业布局的要求进行了介绍。第二部分是"我国政府决策咨询机构人员专业构成的现状及问题",运用获取到的样本数据对我国决策咨询机构人员的专业现状进行分析,并分别阐述了综合性和专业性决策咨询机构在人员专业上存在的问题。第三部分为"我国政府决策咨询机构专业构成非均衡的原因及危害",先从内部和外部两个方面分析了我国咨询机构专业构成非均衡的原因,接着又从五个方面分析了政府决策咨询机构专业构成非均衡的危害。第四部分为"国外思想库人员专业构成模式及成功经验与启示",分别对兰德公司、布鲁金斯学会和野村综合研究所的人员专业状况进行描述,并介绍了其在人才管理机制,人才培养模式,知识结构选择机制及专业构成的制度化建设等方面的成功经验。第五部分为"我国政府决策咨询机构人员专业合理性构建的思考",从加强中国特色新型政府决策咨询机构的建设,完善人员专业构成的制度设计,把握人员专业合理性构建的重点及加强机构间的流动和合作等四大方面提出了对策建议。第六部分为"研究总结与展望",主要总结了论文的研究成果及对我国咨询研究人员专业优化的展望。另外,论文的创新点主要在于:第一,运用分层抽样的方法,对我国咨询机构人员的专业情况进行了系统分析;第二,本文通过政府决策咨询机构人员专业的实例和相关数据,进行了一定程度的定量分析。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘晓娟

A3 傅广宛

PB 华中师范大学

T1 我国政府决策咨询机构的人员构成问题研究

CL 硕士

YR 2015

K1 咨询;人员;构成;经历

consultation;;personnel;;constitution;;experience

AB 随着中国进入经济社会发展的"新常态",决策咨询机构需要在"咨政建言、思想创新、舆论引导"等多方面发挥更加重要的作用。也正是受到决策咨询机构重要性、复杂性以及不同发展需求的影响,决策咨询机构对于研究人员的需求呈现出多元化的特征。然而长期以来,在传统政治文化的影响下,包括退居二线的各级领导干部较少到决策咨询机构从事研究工作,决策咨询机构的人员构成较为单一,导致政府决策咨询机构的理论成果与实践相脱节的现象时有发生。因此,要实现理论研究与政策实践的有机统一,使得决策咨询机构所提供的政策方案更加可行,就必须重视对决策咨询机构研究人员工作经历构成的研究。对研究人员工作经历构成问题的研究必须建立在深刻了解我国政府决策咨询机构研究人员工作经历构成现状的基础上。获得、筛选出全面的、第一手的调查资料,是进行实证研究的重要环节,更是加强政府决策咨询机构研究人员队伍建设的坚实基础。目前,国内虽然有一些关于政府决策咨询机构人员构成的研究,但以研究人员工作经历为对象的研究却不多见,更没有进行过全面而系统的调查,这将直接影响政府决策咨询机构人员队伍的建设。正是基于这种考虑,本文在对我国决策咨询机构研究人员工作经历构成现状进行实证研究的基础之上,.考察了理论研究者与政府实际工作者分布的总体情况,不同类型、不同层级的决策咨询机构中理论研究者与政府实际工作者分布的基本情况以及不同性别、不同年龄、不同文化程度的理论研究者与政府实际工作者分布的情况,概括了研究人员工作经历构成存在的问题及工作经历构成非均衡对决策咨询机构的影响,对政府决策咨询机构研究人员工作经历构成进行了规范性研究,分析了研究人员经历构成现状的原因,通过对比理论研究者与政府实际工作者对决策咨询机构作用发挥的优势和劣势,论证了决策咨询机构中理论研究者与政府实际工作者均衡的重要性,最后从四个主要的方面提出了优化政府决策咨询机构人员经历构成的建议,从而为我国政府决策咨询机构人员队伍建设提供一种新的发展思路,最终为建设有中国特色的政府决策咨询机构提供理论研究的基础和实证研究的路径。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 黄煜

A3 王士林;徐晨

PB 上海交通大学

T1 医药咨询企业中风险管理的方法研究

CL 硕士

YR 2015

K1 风险管理;医药咨询企业;信息技术;数据质量控制

risk management;;pharmaceutical & healthcare consulting enterprise;;information technology;;data quality control

AB 经调查表明,到2018年,全球医药支出预计高达1.3万亿美元,其中中国作为全球第二大医药市场,预计医药支出超过1550亿美元.但是中国也和全球其它国家一样,受到人口增长、人口老龄化和新兴医药市场医疗可及性改善等因素影响。需要合理利用全球先进的医疗信息数据资源和分析技术支持来推进中国医疗体系的改革,同时考虑到医药数据的特别因素,从医药数据、信息咨询和技术服务相结合的医药数据咨询行业出发,进行企业内部的信息技术风险管理。本文以PMBOK项目风险管理理论为基础,构建符合医药咨询企业的信息技术风险管理平台,针对国内医药咨询数据的高安全性、非统一标准的特点,为企业商业数据应用系统实施中的风险管理提供具有现实意义和可操作性的解决思路和方案,提升企业数据安全和品质,将企业损失尽可能降低。在技术上,采用项目管理的方法来设计、维护医药咨询企业项目;利用工作分解结构完成项目上的时间节点控制;运用层次分析法,建立风险类别模型;通过使用专家法,用量化的手段,进行风险权重计算,排序风险等级;使用头脑风暴法开发绩效管理工具,寻找关键业务指标,通过定性和定量结合的方法,较完整的分析医药咨询企业信息技术可能发生的风险情况,提供较完善的信息技术风险管理制度和应急预案,为医药咨询企业的项目运作保驾护航。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 郭敏

A3 黄大熹

PB 湖南大学

T1 政府决策过程中的民间智库参与困境及对策研究

CL 硕士

YR 2015

K1 政府决策;民间智库;困境;对策

Government Decision-making;;Private Think-tanks;;Dilemmas;;Countermeasures

AB 民间智库在现代政府决策体制中拥有十分重要的地位,其对推动政府决策的科学化与民主化进程具有极大的支撑作用。由于历史和现实的多重原因,我国民间智库的发展严重落后于社会的现实需要。在我国政府决策体制中,民间智库的参与程度相对较低,其发展面临着诸多的困境。因此,深入分析我国民间智库政府决策参与的困境与成因,借鉴西方国家智库的先进经验和运行机制,探讨其如何有效地参与政府决策,不仅具有理论意义,也具有重要的实践意义。论文从我国民间智库概念界定入手,在分析我国民间智库特征的同时,结合多元主义理论、精英理论、政策合法化等相关理论深入探讨了民间智库政府决策参与的必要性。在此基础上,归纳了我国民间智库从创立到高速发展的历史轨迹,并分析了它们在政府决策过程中所面临的观念束缚、组织合法性危机、决策机制排斥、资金筹集难、人才匮乏、影响力缺失等内外困境以及这些困境的形成原因。在深入解析美国智库先进运作机制和经验的基础上,针对我国民间智库政策参与的困境和问题,从意识、制度、机制等多维度提出了推动我国民间智库进一步发展,提高其政府决策参与力度的对策和措施。作者试图深入剖析我国政府决策过程中民间智库参与难的现状,全面分析其面临的困境以及致困原因,通过对比分析以寻求我国民间智库在政府决策体系中的前进之路,以期为我国民间智库的发展贡献微薄之力。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 夏佩佩

A3 张莉

PB 苏州大学

T1 基于相似性学习的智能决策方法研究

CL 硕士

YR 2015

K1 智能决策;相似性学习;支持向量机;k近邻;集成学习;余弦相似性

Intelligent Decision-making;;Similarity Learning;;Support Vector Machine;;k Nearest Neighbor;;Ensemble Learning;;Cosine Similarity

AB 决策理论是管理科学和经济学的重要分支。所谓决策,是指为达到最优目标,对若干个备选方案进行选择的过程。在传统的决策中,决策的准确度很大程度上依赖于决策者的决策水平,而决策者必须经过长时间的经验累积才能达到足够丰富的决策水平,并且决策者在决策的过程中很容易会受到外界因素和主观因素的干扰。因此,准确而客观的定量分析方法对于决策的科学性有着重要的意义。大多数决策问题都可以归结为机器学习的典型问题,如分类问题及度量问题。本文采用机器学习的方法,根据已有数据建立智能决策模型,尽可能减少决策者因外界因素干扰或经验不足等因素而导致的不合理决策。相似性学习在机器学习领域占有一席之地,是一种非常符合人类认知规律的学习方式。本文对相似性学习的理论和方法进行研究,并将其引入到智能决策中。主要工作包括以下内容:提出了基于支持向量机相似性学习的智能决策方法。相似性学习是基于样本对的学习,因而构造样本对是相似性学习的第一步。传统的样本对构造方法是将数据集中任意两个样本组成一个样本对。当数据集规模较大时,构造样本对需要花费一定的时间,并且大量的样本对不利于后续处理。本文采用k近邻方法构造样本对,可以大大减少样本对的数量,并且生成的样本对更有学习价值。实验证明,该方法不仅大大加快了算法的速度,还能提高算法的精确度。提出了基于支持向量机相似性集成学习的智能决策方法。众所周知,集成学习能够提高单个分类器的性能。本文将集成学习引入支持向量机相似性学习算法中,提出了基于支持向量机相似性集成学习的智能决策方法。实验证明该方法相比于基于支持向量机相似性学习的智能决策方法,不仅可以提高算法的精度,还可以增强算法的稳定性。提出了基于余弦相似性的改进型TOPSIS(Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution)的供应商选择方法。供应商选择问题是一个多属性决策问题,可以采用TOPSIS方法解决。在传统的TOPSIS方法中,使用欧氏距离度量属性空间中的备选方法与正负理想解之间的距离。然而,当不同属性变量之间存在线性关系时,欧氏距离不再适用。余弦相似性是一种常用的相似性度量方式。当不同属性之间的量纲不一致或者存在一定的线性关系时,余弦相似性相比于欧氏距离具有更好的优势。在供应商选择上的实验表明,该方法简单有效,切实可行,其结果也客观合理。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 殷立义

A3 曹欢

PB 电子科技大学

T1 闸北区打造商务咨询集团的可行性研究

CL 硕士

YR 2015

K1 项目管理;可行性分析;SWOT分析;波特五力模型

project management;;feasibility analysis;;SWOT analysis;;Potter five forcesmodel

AB “现代服务业”的提法最早在1997年9月党的十五大报告中,2000年中央经济工作会议提出:“既要改造和提高传统服务业,又要发展旅游、信息、会计、咨询、法律服务等新兴服务业”。截止2014年,在上海市中心城区,以商务咨询为主的服务业增加值占比达到了80.2%,进一步推动了特大城市形成以服务经济为主的产业结构。上海市闸北区作为上海9个中心城区之一,十二五期间规划制定了“南高中繁北产业”的产业发展战略,在上海内环以内区域,大力发展和引进现代商务咨询服务业,积极促进区域经济质的提升。本文以在上海市中心区域打造商务咨询服务集团平台为研究对象,结合商务咨询服务业的行业特征,对该项目的可行性问题进行分析。论文首先简要阐述了选题背景、研究目的及研究内容等问题;接着介绍了论文中采用的项目管理及项目可行性研究的相关理论;然后对在闸北区打造商务咨询服务集团项目进行了概述,并对该项目的市场需求和投资环境进行了分析。随后从集团成员组织架构、项目的经济可行性等方面,通过运用项目管理的相关知识、理论和方法对该项目的可行性进行了较详细的研究和分析,并对该项目所面临的风险进行了评估和综合分析,得出该项目具有现实可行性。本文结合作者多年从事招商工作的经验,立足于适应国家优化产业结构,调整经济发展模式的大政方针政策,结合创始人团队及自身专业优势与多年行业经验,大胆创新,勇于尝试,提出的探索新型服务业态的基于现代商务服务的产业链打造的宏伟计划。从实践出发,论证在闸北打造商务咨询服务集团的可行性。对今后此类投资项目均具有实践意义和参考价值。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 赵飞

A3 傅广宛

PB 华中师范大学

T1 政府决策咨询机构的人才储备功能研究

CL 硕士

YR 2015

K1 政府决策咨询机构;功能;人才;储备

Think tank;;Function;;Talent;;Talent reserve

AB 政府决策咨询机构是一个极具中国特色的学术名词,用来泛指那些以提供政策思想和决策建议来辅助政府部门决策的组织和机构。转型期的中国社会社会治理主体比较单一,公共决策公民参与度低,公共决策咨询缺乏体制机制的有效保障,公共决策失误率高。建设具有中国特色的政府决策咨询机构已经成为我国进一步深化政治体制改革进程中一项绕不开的关键议题。作为智力的产出场所,政府决策咨询机构政策咨询功能的有效发挥离不开其组织结构的优化与人员结构的合理配置,人才是政府决策咨询机构保持的组织生命力的根本,既是政府决策咨询机构得以生存的坚实堡垒,又是其施展社会影响力的主要手段。探究政府决策咨询机构人才储备功能的内涵与运作机理对于其组织功能的完善与组织机构的健康发展具有重要的理论与实践意义。本文侧重于功能研究,将理论分析与实证研究相结合,借鉴国内外相关理论与实践经验,展开实证研究,具体分析政府决策咨询机构在塑造与发挥人才储备功能过程中的现状与存在问题,并通过借鉴美国政策咨询机构的运行经验,归纳优化政府决策咨询机构人才储备功能的合理化途径。本文包括以下五个部分:文章的第一部分界定了政府决策咨询机构、人才储备以及政府决策咨询机构的人才储备功能的定义,将组织生态理论、人力资本理论与联合库存理论引入本研究,阐述与搭建本文的理论框架。第二部分以实证分析的方式窥探政府决策咨询机构人才储备功能的运作现状与存在的问题,从吸纳人才、培育人才、人才推介等方面探索政府决策咨询机构发挥人才储备功能的方式与路径,并结合案例来挖掘政府决策咨询机构在塑造与发挥人才储备功能过程中存在的问题。第三部分聚焦政府决策咨询机构实现人才储备功能的影响因素,分析指出阻碍政府决策咨询机构人才储备功能发挥的因素有:政治体制因素、教育与学科因素、社会文化因素以及政府决策咨询机构自身的因素。第四部分重点介绍美国政策咨询机构在实现人才储备功能过程中的种种经验做法,通过系统分析美国政策咨询机构的人才选用渠道、人才培育体系和人才"旋转门"机制,得出人才储备功能的有效发挥作用离不开完善的运作机制、人才管理机制和市场化的运作模式,通过借鉴国外政策决策咨询机构的发展经验来指导中国的实践。第五部分是对策探讨,以政府决策咨询机构发挥人才储备功能过程中出现的问题为导向,大胆借鉴国外经验,从行政生态环境的改善、人才准入机制、储备人才的培育机制、建立社会化的人员流动体系、整合政策咨询人才储备网络等方面来探索完善政府决策咨询机构人才储备功能的路径与方法。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李晏君

A3 汪希成

PB 四川师范大学

T1 智昊管理咨询公司营销策略研究

CL 硕士

YR 2015

K1 管理咨询;市场细分;4C;策略组合

management consulting;;market segmentation;;4C marketing tactics

AB 管理咨询是社会经济发展与企业经营管理相结合而催生的产物,作为加强和改善企业经营管理的重要手段,管理咨询正日益受到越来越多的国家和企业的高度重视。尽管在过去的三十年中,管理咨询行业在我国已得到了长足的发展,但今后仍将是任重而道远。本研究试图通过对管理咨询行业和智昊企业管理咨询公司进行较为系统的分析,希望能够探索出既有个性化色彩,又具有行业普适性的营销策略。本文对国内管理咨询行业的发展现状进行全面的剖析,总结出目前咨询行业存在的主要问题以及发展的优势与面对的机会,特别是对智昊公司所处之经营环境、内部资源与核心能力作了全面的分析,总结出智昊公司目前所处的优劣势,面对的挑战与机会,进而对智昊公司所选择的目标市场进行了细分和定位,最终提出适应智昊公司经营发展战略的基于客户为中心的4C营销组合策略。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 苏明

A3 陈庆

PB 首都经济贸易大学

T1 Y咨询公司薪酬体系优化设计

CL 硕士

YR 2015

K1 咨询公司;薪酬体系;设计

Consulting Firm;;Salary System;;Design

AB 咨询公司已经越来越广泛地为各方所认知,它依靠在系统分析问题、提出专业解决方案、中立的第三方影响力、快速的知识技能传递等方面的独特优势,在各行各业中发挥了至关重要的作用。近年来,随着国有大中型企业改革发展步伐的加快,其咨询业务需求也与日俱增,相继成立了国有咨询公司,运用专业的知识和经验为企业的发展出谋划策。但是,由于受到历史、政治以及自身内外部环境和条件等因素的影响,特别是面对国外咨询公司的冲击和国内民营咨询公司崛起的双重压力,国有咨询公司的发展步伐受到一定影响,尤其在人力资源方面,现许多国有咨询公司的薪酬制度已难于有效的吸引人才、培养人才及留住人才。而对于国有咨询公司来说,人才是企业的血液,配置是否合理直接关系到企业的核心竞争力。因此,为了提高国有咨询公司的核心竞争力,必须制定合理的薪酬体系。只有对国有咨询公司的薪酬制度进行有效的改革,制定合理薪酬体系,才能保证其在市场的竞争力,实现健康有序的发展。本文在概括介绍研究背景和研究意义的基础上,简要介绍了薪酬管理的相关理论和发展趋势,阐述了国有咨询公司的薪酬现状和薪酬体系的改革方向。然后,以Y咨询公司为研究对象,深入分析和研究了该公司薪酬体系存在的问题,并按照科学的流程,采用合理的方法,重新设计符合企业发展和具有市场竞争力的薪酬体系。新体系优化了薪酬结构,重点设计了职务与职称对等的两套职级体系和浮动工资,有效增加了薪酬公平性,激发了员工工作积极性;设计了内在薪酬,提升了员工对公司的认同感和归属感,并介绍了新薪酬体系实施的必要保障措施。最后,阐述了新薪酬体系的优点、不足以及创新点。希望本文的研究成果能对国有咨询公司的薪酬管理具有重要的实践意义和参考价值。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 郭继元

A3 周施恩

PB 首都经济贸易大学

T1 TC咨询公司高管领导力模型构建

CL 硕士

YR 2015

K1 咨询公司;领导力;领导力模型;提升

Consulting company;;Managers;;Leadership Model;;Enhance

AB 我国咨询机构产生于20世纪80年代,伴随着中国经济30多年的快速发展,已经形成一定的产业规模,同时咨询机构存在一些问题,比如咨询机构普遍规模小,经营水平不高,缺少竞争力。所做项目资金规模较小,咨询机构人员知识面窄,知识老化严重等问题。专家预计,未来中国经济仍将快速发展,咨询机构存在的问题如果不能得到有效解决,咨询行业仍将处于野蛮生长、竞争激烈的状态。从领导力的角度来看,领导者发挥领导力可以明确组织的发展方向,营造有利于变革的组织环境,提高企业竞争力。建立适合咨询机构的领导力模型,可以为领导干部培养标准提供科学的依据,依据模型形成科学的培训体系,可以持续性的为企业培养人才,解决咨询机构从业人员素质参差不齐的情况,提高企业竞争力。本文基于这样的背景下,论文首先进行于领导力及领导力模型的研究,搜集领导力模型的构建方法。然后依据TC咨询公司的实际情况,运用行为事件访谈法、专家小组法、问卷调查等方法进行调研,并对调查结果进行分析,结合企业的存在的具体问题,构建咨询公司的领导力模型。论文丰富了领导力模型的理论基础,为人力资源管理实践提供了更多参考,也对咨询机构管理者素质和能力的提高提供了相应的指导。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 伊列娜

A3 李文石

PB 长春理工大学

T1 俄中咨询服务市场的组织和运作比较研究

CL 硕士

YR 2015

K1 俄罗斯;中国;咨询服务市场;比较研究

Russia;;China;;Comparative Study;;Consulting services market

AB 咨询服务市场在过去十年中是世界上增长十分迅速的几个产业之一,无例外是俄中咨询服务市场。目前俄罗斯和中国关系发展得好,很多俄罗斯公司想与中国的公司合作。为了与中国制造商合作更加轻松愉快,就需要知道在中国做生意的细节,所以现在俄中咨询服务公司越来越多。虽然其市场发展很快,但是它研究仍然不是很多。我认为目前有关咨询服务市场仍有些不明确的问题:咨询性质,发展前景,咨询服务的需求以及发展空间。缺乏咨询公司为了组织开展必要的理论框架和研究与实践发展——这些都是制约咨询服务市场的发展的问题。如果能够在这些方面,加强研究具体内容和咨询服务的待开发领域,对咨询服务市场发展是很有必要的。本文主要研究的是比较俄罗斯和俄中的咨询服务市场,通过研究它们的组织和经济的运作来比较市场前景和发展趋势。最后提出了从政府方面和从公司的方面如何发展市场的对策。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 何曦

A3 李娟

PB 南京大学

T1 基于窄框架的圣彼得堡悖论及其他悖论解释

CL 硕士

YR 2015

K1 窄框架;圣彼得堡悖论;期望效用理论;决策悖论

Narrow framing;;St.Petersburg paradox;;Expected utility theory;;Decision making paradox

AB 期望效用理论曾是经济学中占主导地位的决策理论,其理论基础源于假设人具有“完全理性”,具体表现在一些基本假设。然而随着前景理论及后来越来越多的决策理论的提出,这些基本假设都被一一打破。窄框架理论便是违反这些基本假设的一种行为决策理论。本文介绍了窄框架理论的定义,心理起因,实验室中的表现以及日常生活中对决策者在面对风险决策时的影响,并表明窄框架是在实际决策中普遍存在的一种行为偏差。然后,本文介绍了圣彼得堡悖论,说明了圣彼得堡悖论的历史以及经典的解释方法,并表明这些解释方法都有各种各样的问题。本文基于对窄框架理论的讨论,提出悖论的产生是由于决策者受到窄框架的影响,并且以此为基础提出了一种新的解释方法。本文通过数学推导讨论了基于窄框架的解释与基于期望效用理论的解释的联系。此外,本文通过数值实验,证实了基于窄框架的解释的有效性,并且讨论了现有解法的一些异同,为决策者在实际中的决策提供了一些启示。最后,本文还尝试用窄框架理论去解释行为决策中的一些其他悖论或难以解释的现象,取得了很好的效果。这为这些悖论或现象的研究提供了一种新的思路,也表明了窄框架理论的广泛应用。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张珏

A3 黄庐进

PB 华东理工大学

T1 德信管理咨询公司的市场营销策略研究

CL 硕士

YR 2015

K1 管理咨询业;德信管理咨询公司;营销策略;7Ps

Management Consulting Industry;;Fiducia Management Consulting Company;;Marketing Strategy;;7Ps

AB 随着中国经济的快速发展与经济全球化的进一步深化,各行各业的竞争日趋激烈。尤其对于咨询业来说,更是如此。国内的咨询企业不断地涌现,国外的咨询企业也纷纷踏至。虽然每一年新设的咨询企业数量众多,且规模较小,但是,服务同质化现象尤为严重,竞争尤为激烈,很多中小型咨询公司犹如昙花一现,存活率十分低。研究他们如何应对市场的竞争一时成为热点话题。

本文首先通过介绍管理咨询业的发展及发展过程中出现的问题,再通过PEST的分析法,从宏观环境中的诸多因素分析了管理咨询行业的特点及发展现状；然后,客观地分析德信管理咨询公司的内部环境、竞争环境以及其自身的优势和劣势,结合之前PEST分析出的外部环境,得出公司所面临的机遇和挑战；最后,通过SWOT分析并结合7Ps营销理论,制定出相应的营销策略。作者希望本研究对同类企业发展有启示作用。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 成军刚

A3 王爱冬

PB 燕山大学

T1 英美外交政策中的智库因素及其对中国智库发展的启示

CL 硕士

YR 2014

K1 智库;英美;外交政策;启示

think tanks;;British and American;;foreign policy;;enlightenment

AB 随着世界政治、经济和安全局势的日益复杂化，智库越来越受到世界各国的重视。美国和英国作为智库发展水平世界数一数二的大国，加强对英美两国智库的研究，特别是明晰其在英美外交政策中的担当的角色和作用，对于中国智库发展有一定的现实意义，值得借鉴。

本文从英美两个国家分析外交政策中的智库因素，注重比较研究,通过比较分析英国和美国两国的智库，对英美智库的概况和智库在外交政策中的作用进行了探讨，结合中国智库的发展现状和问题，为中国智库发展提供借鉴。在论证方法上以权威的调查报告中的数据作为支撑材料，增强了论文论证的客观性和科学性。

文章首先探讨了智库的起源和概念的界定，接着从英美两国智库的演变、分类和特点等方面进行比较研究；然后，重点对英美外交政策中的智库因素进行了分析，英美智库所处的政治环境存在差异性，这种差异性表现在两国政治制度、外交决策机制、政治文化三个方面。正是英美政治环境的差异性，导致美国智库在本国外交政策中影响力要大于英国智库在本国智库的影响力；最后，分析了中国智库的发展概况、问题和制约因素，依据英美智库发展的成功经验向中国智库提供了借鉴，这些借鉴包括：引入市场化运行机制，公平竞争；大力发展民间智库；建立多元化的筹款机制，增强独立性；增强国际间智库合作，提升智库国际影响力等。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 贾姗姗

A3 周小虎

PB 南京理工大学

T1 L集团南京咨询公司发展战略研究

CL 硕士

YR 2014

K1 咨询公司;发展战略;战略实施

Consulting Company;;Developing Strategies;;Strategy Implementation

AB 随着专业化分工的加剧,产业结构的升级,国家政策对服务业的大力支持,我国当前的服务业欣欣向荣,而管理咨询行业,作为服务业的一员,进入门槛不高,并且利润比较可观,致使一些中小投资者盲目进入,同时国际大型管理咨询公司对中国市场逐渐重视,纷纷进入中国市场,导致我国咨询行业市场内竞争主体增多,竞争日益激烈。我国目前咨询行业中企业可以说鱼龙混杂,规范性不强,自身的发展水平不高,大部分企业规模较小,品牌较弱,专业化程度有待提高。作为咨询公司自身,在为其他企业提供咨询服务,增强其竞争力的同时,也需要考虑到如何在纷繁的企业竞争中脱颖而出,提升自身企业竞争力,实现企业的长远发展。此时,制定一个符合本企业状况的发展战略,就显得尤为必要。L集团下属的南京咨询公司成立12年以来,虽然在所负责的区域已经拥有了一定的市场占有率和良好的口碑,但企业进入成熟期之后,一系列的问题也随之逐步暴露,如何能够在日趋激烈的同行业竞争中进一步扩大市场份额,解决企业内部的问题,完成企业的高速平稳发展,正是本文研究的意义所在。本文以L集团的分公司一南京咨询公司为切入点,分析了该公司发展的现状。外部环境方面,通过运用PEST分析法对公司的宏观环境进行了分析,运用波特的五力模型对行业环境进行分析,通过列明影响企业发展的机会和威胁方面的关键因素,运用外部因素评价矩阵(EFE矩阵)评价企业目前所实施的战略对外部环境的适应性。内部环境方面运用了企业资源、能力分析理论,分别从企业的组织结构、财务状况、营销活动和人力资源状况进行分析,通过列明影响企业发展的内部优势和劣势方面的关键因素,运用内部因素评价矩阵(IFE矩阵)评价企业的内部应力。通过SWOT矩阵分析,将企业的外部因素和内部因素相匹配,得出相应的战略备选方案,并针对性的根据南京咨询公司的具体情况,对现行公司战略予以修正,希望通过制定适合的公司发展战略,在未来企业发展中,抓住机会,发挥自身优势,降低劣势,消除威胁。本文通过以上的分析,结合集团的使命和愿景,确定了南京咨询公司自身的使命和愿景,制定了公司下一阶段的战略发展目标,并通过定向政策矩阵(DPM)对南京咨询公司的产品和服务进行分析,根据分析结果,制定相应业务发展构想和实施策略。在战略制定方面,本文认为L集团南京咨询公司可以通过差异化战略、目标聚焦战略维持自身的竞争优势,通过组成战略联盟达成资源共享,获得共赢,将总公司战略和地方实际情况结合,通过制定短期战略目标、市场营销措施和人力资源管理措施、完善企业知识管理,构建企业文化等措施,确保战略的有效实施。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王雪

A3 周煊

PB 对外经济贸易大学

T1 S公司管理咨询业务在华拓展策略研究

CL 硕士

YR 2014

K1 S公司;管理咨询业务;拓展策略;核心竞争力

S company;;Management consulting business;;Development strategies;;Core competitiveness

AB 在随着我国改革开放的进一步深化，企业也向着标准化，专业化的方向发展，尤其在中国加入WTO后，企业面临着更加严峻激烈的挑战。

S公司在中国正处于创业期，面对我国新兴的管理咨询市场复杂多变且极不规范的竞争形势，如何进行公司的战略环境分析，如何制定出适合自己能力及市场竞争环境的拓展策略，使自己在残酷的市场竞争中立于不败之地是S公司当前最大的挑战。

本文将结合管理咨询行业的竞争环境及S公司自身优劣势进行全面分析，为S公司制定出符合其发展的中长期管理咨询业务拓展策略。

本论文介绍了管理咨询业的发展，分析了我国咨询行业的现状以及存在的问题，说明了选题背景与意义。在第二章中对S公司的相关背景做了详尽的介绍，并阐述了S公司在华管理咨询业务面临的挑战：营销方式单一、知名度较低、国内本土企业对管理咨询缺乏认可、在华客户群较狭窄以及在华管理咨询专业人才短缺。随后运用了波特五力模型对管理咨询业现处环境进行了宏观分析，并全面而综合的探讨了管理咨询业目前面临的各种竞争和威胁，并对S公司在华主要竞争对手做了详尽介绍。同时运用了SWOT分析法对S公司自身优劣势进行了详尽的分析。在第五章中，将会设计出S公司的整体战略思路，规划出该公司应该采取的发展战略并会针对S公司面临的问题进行实施对策的制定，提出具体的实施策略，包括如何巩固核心竞争力，提高在华知名度，重新定位目标客户群，优化产品组合，拓宽营销渠道等，也阐述了应与何种企业建立战略联关系，怎样调整用人理念等一系列S公司面临的切实问题。

本论文可作为S公司在决策时参考，咨询行业的相似企业也可作为借鉴。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 郭梓峥

A3 杨建辉

PB 华南理工大学

T1 AA教育咨询有限公司商业计划书

CL 硕士

YR 2014

K1 管理培训;NLP;商业计划书

management training;;NLP;;business plan

AB 随着中国改革开放进程的不断深化，中国在经济领域取得了令世人瞩目的成就，截至2011年3月中国超越日本成为仅次于美国的第二大经济体。我国管理培训行业在帮助企业提升管理绩效、助推企业发展的同时也取得了自身的快速发展。以商业计划书的形式，本文从项目概况、行业环境、公司资源与能力、市场营销、运营管理、财务分析和风险管理等方面对NLP培训项目的可行性进行评估。

本文首先对项目做了简要介绍，内容包括公司简介、课程内容、项目整体运营思路，然后简要分析了培训行业的现状并运用PEST分析方法和波特五力模型分别对项目的外部环境和竞争环境进行了分析，接下来结合项目自身的资源和能力、优势和劣势用SWOT分析方法确定了公司的竞争战略，通过国家相关机构发布的调查报告中的数据预测出该项目的市场需求，然后根据STP市场定位理论和7Ps营销理论确定了项目的目标市场和营销策略，再就是对项目的运营做了整体部署。

基于前面章节的分析，本文最后明确了融资计划，通过收入与费用预测，资产负债表预测、利润表预测、现金流量表预测并利用净现值法、内部收益率法对项目投资效益进行评价。本公司拟注册资金250万元，其中，150万元为自筹资金，100万元通过融资获得。最后，正确评估项目可能存在的风险并提出应对措施，同时也对风险资本的退出方式和退出时间进行了说明。结论是：项目市场前景好，投资收益好，值得投资。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王卓伦

A3 王春英

PB 外交学院

T1 中国外交智库的决策参与研究

CL 硕士

YR 2014

K1 中国;外交决策;智库;影响力

China;;Think Tank;;Foreign Policy;;Influence

AB 改革开放以来，外交决策权力的集中强度有所缓解、参与行为体增多、机构化和规范化增强。这种外交决策机制演进的主要产物和重要表现便是众多外交、国际事务类咨询机构的成立和发展，在本文中统称为外交智库。与西方相比，中国的外交智库表现出了显著的差异化特点，它们依附强大的国家机器生存，资金上严重依赖政府拨款，性质也基本皆由政府归口。

中国外交智库的生存模式接近于法团主义的模式。国家占支配地位，给予社会群体一定的生存空间，以此为条件，国家将可以利用的社会力量纳入到政府和决策者的掌控中，形成国家管控。这种模式配之以中国威权的政治文化和集权的决策环境，一定程度上可以解释中国外交智库的特点。同时，从发展环境来看，中国改革开放后的外交决策演变是外交智库成长的重要外部条件。

中国外交智库在外交决策中的具体参与，可从外交智库发挥影响力的条件、途径和结果来具体考察。发挥影响力的条件考察了外交智库作为法团团体能够被决策者所利用的政治资本，知识资本指智库人员的硬性知识储备，网络资本则是一种软性社会资源拓展。发挥影响力的途径实际上也是考察智库人员与决策者的接触途径，将其政治资本传达到决策层。发挥影响力的结果即对外交智库影响力的评估，决策端对智库端需求有限、智库端对决策端供给不足，外交智库对决策的直接影响力仍有待提高。但另一方面，智库正以一种异化的功能，凭借其网络广、行动灵活、敏感度低的优势，活跃在公共外交领域，发挥着间接影响决策层的作用。

总体来看，中国外交决策在接收智库这一“外脑”咨询的过程中存在较多问题。中西方决策环境差异巨大，因此在外交决策与外交智库的关系上，西方的模式未必具有合理的借鉴力。笔者惟愿在文中的浅见，能够引发决策者对日后完善外交智库运营、切实扩大其影响力的理性思考。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 曹真

A3 罗依平

PB 湘潭大学

T1 美国思想库运行机制对我国思想库发展的启示

CL 硕士

YR 2014

K1 美国思想库;运行机制;中国思想库;发展;启示

American Think Tanks;;Operating Mechanism;;China's Think Tanks;;Development;;Enlightenment

AB 从发展的历史来看，我国的思想库的起源早于美国。然而事实上，具有现代意义的思想库是在二战前后产生，在二十世纪七、八十年代发展起来的，以美国的兰德公司尤为出名。同时，从发展的态势、运作方式以及现状等方面来看我国思想库的发展相较于美国而言还是存在着许多的劣势和问题。然而，随着全球经济的一体化，国际事务的日益增多，中国的国际社会地位的提高，我国越来越多的参与到国际事务当中，并发挥着举足轻重的作用。在面临着这些复杂棘手的各种问题的时候，我们的领导人由于自身精力、知识经验有限等原因，以及传统的决策模式难以应对现今的问题。这就需要我国的思想库发挥其头脑风暴等职能，作为领导者的决策智力延伸机构，立足于全球化的视野下，自我建设，发展成为政府部门的战略伙伴。如今学术界对于思想库研究的较多，但是对于其运行机制的全面研究，以及对比研究较少。因此，本文在我国思想库运行机制的发展上具有一定的现实意义。

本文首先从思想库的基本概况入手，叙述美国思想库运行机制的发展状况与所取得的成绩，总结其对我国思想库所产生的启示。接着，从我国的思想库发展历程来看，总结我国思想库在发展中所取得的成就，提出我国思想库运行机制中所产生的问题。最后，文章针对中国思想库运行机制发展中的一些劣势和现在所存在的问题，借鉴美国的成功模式提出了解决的途径和具体的方案措施。

作者通过对中国思想库运行机制各方面的剖析，试图深入研究中国思想库运行机制这一方面所存在的缺陷不足以及将来有可能面临的问题，从而探寻中国思想库的未来发展道路，为推进我国政府提高政府决策水平，推动政府政治民主化科学化提供有效的借鉴。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 孟琦

A3 尚珊

PB 山西大学

T1 基于凝聚子群法构建虚拟咨询企业外部团队

CL 硕士

YR 2014

K1 虚拟咨询企业;虚拟咨询团队构建;凝聚子群法

virtual consulting firm;;virtual consulting team building;;social network analysis

AB 随着人类社会的逐步进化,相对与体力劳动来说,脑力劳动所创造的财富总量持续攀升,人们对信息、知识的需求越来越旺盛,信息、知识的经济价值也得到了进一步承认,互联网上的信息、文档不再像以前一样可以免费分享、下载,同时伴随着计算机交易安全技术的日趋成熟,各种通过互联网“贩卖”信息、知识、技能的活动开始变得频繁,信息和知识以及技能作为一种独立商品的形式正在得到大家的认可,在此背景下虚拟咨询企业逐渐发展起来了。我们这里提到的虚拟咨询企业是一类现金交易网站,可以说它是在威客模式基础上演变发展而来的。它通过互联网络将知识、技能需求者与其拥有者进行有效对接,需求者向提供者提供一定量酬金,以获取其所需信息、知识,提供者则能够凭借自身专业技能、智慧获得一定的收入,网站本身的持续运营主要通过抽取成交金额的一部分来实现。这种模式既调动了拥有一技之长的专业人士的积极性,同时也使需求者快速得到帮助,发展前景看好。但这种模式从诞生发展到现在也存在种种问题,本文在分析我国虚拟咨询企业发展研究现状的前提下,针对其在发展中所存在的主要问题,提出构建虚拟咨询企业外部咨询团队这一解决办法。文章中给出虚拟咨询企业咨询团队构建的一般过程,并且运用社会网络分析中凝聚子群的方法和UCINET工具聚合某领域专家团队,希望能够为虚拟咨询企业未来发展及虚拟咨询团队的研究提供一些参考和借鉴。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 冯彦乔

A3 单承戈

PB 西南交通大学

T1 基于供应链视角的集成咨询组织研究

CL 硕士

YR 2014

K1 供应链;咨询公司;集成咨询组织;集成效应;互补性知识效应

Supply Chain;;Consulting Company;;Integrated Consulting Organization;;Integrated Theory;;Complementary Knowledge

AB 随着我国经济的快速发展,制造企业对咨询服务的需求越来越大,但目前咨询公司与制造企业在长期合作过程中面临两大问题：第一,大多数咨询公司不具备为制造企业提供整体化解决方案的能力；第二,咨询的高门槛以及不确定性在很大程度上使得制造企业不会轻易向咨询公司提出咨询需求。这不利于制造企业的长期发展,同时也间接影响了我国咨询业整体实力的提升。本文通过实地调研与文献研究,提出了一种新的咨询组织形式—集成咨询组织作为解决办法,并初步研究了其运行机制和运作框架,以期提高咨询效率,降低咨询费用。本文介绍了供应链视角下咨询组织的相关理论,即供应链理论、集成理论、咨询公司运作理论、互补性知识理论作为本文的理论基础；分析了供应链与咨询公司的发展过程以及遇到的问题；提出了咨询组织的概念并以集成咨询组织的方式作为解决问题的途径；设计了集成咨询组织的基本框架,分析了其具体作用；研究了供应链视角的集成咨询组织基本运作机理,设计了单个集成咨询组织运作模式和分布式集成咨询组织运作模式,并研究了其基本运作流程；集成咨询组织的整个运作过程主要是在电子商务平台下完成的,因此本文设计了集成咨询组织电子商务平台以及制造企业电子商务平台的基本框架,并分析了框架中各模块的功能和作用,其中重点分析了集成咨询组织电子商务平台下运作模块的主要功能。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 阳璐琼

A3 王学杰

PB 中共湖南省委党校

T1 中美思想库模式比较研究

CL 硕士

YR 2014

K1 中美;思想库;模式;比较

Chinese-American;;Think tank;;Patten;;Comparative study

AB 中国思想库萌芽于新中国成立时期，当时的新中国受前苏联的影响较大，思想库的发展模式大都仿照“苏联模式”。虽然改革开放以后，随着我国市场经济体制的不断完善，民主化进程的不断推进，思想库己成为我国政策制定过程中一种不可或缺的力量，其发展态势也十分迅猛。但与美国相较，其比较弱势仍然十分明显。

本文主要采用比较分析的方法，以中美思想库模式为主要分析对象，力求借鉴美国思想库运行模式的经验，从整体上把握中国思想库发展过程中存在的缺陷不足，找寻适合我国思想库发展的路径。正文共分六部分，第一部分，阐释思想库及思想库模式的相关概念与理论，为文章提供理论支撑；第二部分，对中美思想库的系统结构进行比较；第三部分，对中美思想库与政府之间的关系进行比较；第四部分从政治制度、人才制度、信息制度三个方面比较分析了中美思想库赖以生存和发展的制度环境；第五部分通过对中美思想库的决策地位、决策质量及决策影响方式等方面的比较，解释了中美思想库决策影响力的差异的原因；本文的最后一部分通过前面几部分对中美两国思想库模式的比较研究，提出中国思想库有必要坚持走自己的发展道路，因地制宜、实事求是地发展我国的思想库，不仅政府方面要有所作为，思想库也应该不断改进和发展。全文力求探寻中国思想库发展相对滞后、影响力相对较小的深层次原因，并借鉴美国思想库发展壮大的成功经验，从而推动中国思想库走向成熟，健全政府决策咨询体系，提高我国决策的科学民主水平。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 赵昊

A3 李文

PB 山东大学

T1 “营改增”对鉴证咨询服务业的影响分析

CL 硕士

YR 2014

K1 增值税;营业税;鉴证咨询服务

Value Added Tax (VAT);;Business Tax;;Attestation and

Consulting Services

AB 鉴证咨询服务业是现代服务业的一个重要分支,通过为各个企业提供服务,促进企业管理和运营水平的提升,以及各项经济活动的规范开展。鉴证咨询服务业的发展有助于为各个市场主体提供一个更加公平、健康的市场环境。

但是,我国鉴证咨询服务业的发展在一定程度上受到了税收政策的制约,为鉴证咨询行业提供一个公平、良好的税收环境势在必行。2012年,营业税改征增值税(简称“营改增”)的试点在上海拉开了序幕,鉴证咨询服务业也被纳入到试点的行业范围,2013年8月1日,营业税改征增值税的范围扩大到了全国。“营改增”的推开,是在我国结构性减税的背景下进行的,鉴证咨询服务业也寄希望于此次改革以实现自身流转税负的降低。但是根据试点情况,此次改革对全部试点企业并不都是利好的,因此,明确“营改增”政策对于鉴证咨询服务企业会产生什么样的影响,以及如何应对这些影响是非常必要的。

本文首先介绍了我国增值税的改革历史和鉴证咨询服务业“营改增”的背景,在文献综述部分,就增值税的课征范围和税率设计的中外观点进行了汇总,另外简单介绍了文章的研究思路、方法和创新点；文章第二部分分析了我国鉴证咨询服务业的现状,并对该行业的“营改增”政策进行了简单的介绍；第三部分,根据纳税人的身份分别分析了该政策对于企业税负变化的影响,其中对一般纳税人税负的分析,是以实际调研中的某个税务师事务所为例,根据其提供的财务资料进行税负变动测算,发现其流转税负上升,原因在于该行业成本结构中可抵扣成本相对有限；第四部分,以鉴证咨询服务行业为视角,从减轻重复征税现象、促进业务的分包与分离、行业核算等方面分析了“营改增”对整个行业的总体影响；随后的第五部分从企业业务的拓展、纳税人身份的选择、定价策略的制定和供应商的选择等几个方面对企业经营受到的影响进行了分析；根据上述影响,文章的第六部分就此提出了扩大“营改增”覆盖的行业范围,调整应税年销售额标准和完善相关税收优惠政策等政策建议,以在减轻企业税负的同时进一步完善税制；而企业则应该抓住业务拓展的机会,立足长远,谨慎选择纳税人身份,制定合理的定价策略,并加强内部控制,既要利用好这次税制改革带来的机遇,又要做好准备应对伴随而来的挑战。

本文的创新之处是,文章以调研中取得的数据和相关信息为基础,以某企业为例,分析了鉴证咨询服务业在“营改增”政策推行过程中遇到的实际问题,针对政策推行过程中可能出现的新情况,包括企业税负水平的变化、财务核算与公司经营遇到的挑战等方面,分别从宏观和微观两个层面,对于“营改增”政策的完善与鉴证咨询服务企业的经营活动提出了建议,针对性和操作性较强。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 胡伟琴

A3 杨小平

PB 中国科学技术大学

T1 我国管理咨询项目知识共享与绩效关系研究

CL 硕士

YR 2014

K1 管理咨询项目;知识共享;项目绩效

Management Consulting Projects;;Knowledge Sharing;;Project

Performance

AB 管理咨询公司是典型的知识密集型企业,其业务特点是其输入和输出的都是知识,管理咨询公司的知识产品作为桥梁连接了顾客与企业,是影响其核心竞争力的关键。作为知识管理的核心议题,知识共享知识产品的过程中发挥的重要作用是毋庸置疑的,通过知识共享,可以改进决策、扩散最佳经验、降低试错和创新成本,进而提升知识产品的输出效率和质量,为客户提供满足甚至是超出顾客期望的解决方案,提高管理咨询项目的绩效,并为公司的可持续发展奠基坚实的基础,因此研究管理咨询项目知识共享对项目绩效的关系是十分必要的。

知识共享与项目绩效之间的关系并非简一而直接的,过程中还会受到其他因素的影响。本文将项目任务特征和知识领导两个方面的因素引入知识共享与项目绩效之间,用实证的方法验证他们对这两者的影响。本文主要研究的主要内容是管理咨询项目中与项目绩效之间的关系,项目任务的不确定性、任务(知识)的嵌入性、领导授权、信息系统建设在其中的调节作用。其中项目任务特征主要选取了任务的不确定性和任务(知识)的嵌入性,而知识领导则分为领导授权和信息系统建设两个方面。

本文首先对知识共享、项目绩效以及任务不确定性、任务(知识)的嵌入性、领导授权、信息系统建设等四个调节变量的前期研究进行了文献的综述和梳理,根据管理咨询企业特点和本文的研究内容,对各变量进行定义并选选取测量维度,设定测量题项,提出理论假设。文章的实证部分以管理咨询公司为调查对象,进行了问卷的发放与回收,最终得到178份有效问卷,并对获取的数据运用SPASS16.0进行处理,包括信度、效度分析以及回归分析,回归分析包括知识共享与项目绩效之间的回归分析和加入任务的不确定性、任务(知识)的嵌入性、领导授权、信息系统建设四个调节变量的回归分析。

回归结果表明：任务的不确定性只在外部知识共享和项目绩效间发挥了正向调节作用,任务(知识)的嵌入性在知识共享和项目绩效之间发挥了正向调节效应,而领导授权和信息系统建设并未发挥调节作用,文章的部分假设得到验证,这也可能是由于资源和样本限制或者是具体情境和对象下的特殊情况,因此本文最后对实证结论进行了分析,并对管理咨询项目中知识共享提出了相关建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 于楚洪

A3 储节旺

PB 安徽大学

T1 咨询公司知识管理绩效评价研究

CL 硕士

YR 2014

K1 咨询公司;知识管理;绩效评价;层次分析法

consulting firms;;knowledge management;;performance evaluation;;AHP

AB 随着科学技术的进步和全球经济的飞速发展,咨询业逐渐凸显出其蓬勃的生机和活力。咨询公司出现的时间并不长,但是发展迅速,尤其是在国外发达国家,越来越多的管理精英投入到这个“智力产业”。

本文以咨询公司为特定对象,设计了知识管理绩效评价体系,并以某一咨询公司为例,验证了该评价体系的可操作性。文章首先介绍了选题的背景、意义和所使用的方法,接着阐述了咨询公司绩效评价以及知识管理绩效评价的国内外研究成果,在借鉴前人研究成果的基础上,提出了咨询机构知识管理绩效评价模型,利用德尔菲法和层次分析法相结合,确定了模型一级指标和二级指标的判断矩阵,对判断矩阵进行计算得出各评价指标的权重,并对判断矩阵进行了一致性检验,结果表明判断矩阵具有满意的一致性。然后采用模糊综合评价法对零点研究咨询集团的知识管理绩效进行测评,验证了模型的可行性和实用性,对零点咨询的知识管理实践提出建议,最后,针对国内咨询公司当前所面临的知识管理问题提出改进的对策。

本文的绩效评价指标体系是从组织层面、个人层面、支持系统以及服务成果4个方面来进行设计的。组织层面下包含了网络化的组织形式、知识贡献激励机制、领导者对知识管理的重视程度、组织学习氛围、知识安全管理水平等5个二级指标,主要考察咨询公司的组织结构对知识管理实施的影响,知识管理工作能在多大程度上对组织绩效带来积极作用。个人层面下包含了知识获取能力、知识创新能力、知识应用能力、隐形知识挖掘和转化能力、知识共享意愿、知识管理接受度等6个二级指标,主要考察咨询顾问知识管理能力及意愿如何,是否能为组织绩效的增长贡献出最大力量。支持系统下包含数据库建设水平、咨询案例库、专家系统建设水平、文档管理系统、网络建设等5个二级指标,主要考察咨询公司内部管理系统建设水平,是否能够支持组织知识管理工作的有序进行,为知识管理提供必要保障。服务成果下包含用户需求分析的准确程度、知识贯彻力度、客户满意度、客户忠诚度、新客户获取率、对客户的影响力等6个二级指标,主要考察咨询公司的知识管理服务工作为组织经营管理带来了多少绩效。

在案例分析部分,采用本文构建的评价模型对零点咨询的组织结构、个人能力、支持系统、服务成果进行了评价,最终得出零点咨询的知识管理绩效水平介于良好与一般之间,经过与现实情况的对比,比较符合实际,从而验证了该评价模型的适用性和可操作性。最后,对零点咨询的9个竞争对手进行了知识管理绩效评价,并依据综合得分进行了排序,分析咨询业在知识管理实践过程中遇到的问题,并提出了应对建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 邹英

A3 詹一虹

PB 华中师范大学

T1 基于M公司中层管理者胜任力模型的360度绩效评估研究

CL 硕士

YR 2014

K1 中层管理者;360度绩效评估;胜任力;模糊评价法

middle managers;;a360-degree performance evaluation model;;competency;;fuzzy evaluation method

AB 在竞争如此激烈的今天,中层管理者作为企业的中间力量,连接着企业的高层领导,管理着企业的基层领导,对企业的长远发展至关重要。企业能否获得长远的发展和持续的竞争优势是人力资源管理是否成功的关键,绩效评估作为人力资源的重要模块之一是衡量人力资源管理工作是否成功的关键。绩效评估的差异化、科学化、多样化是建立高绩效企业的基础,对中层管理者绩效评估的实施以及评估结果的运用又是重中之重。而运用360度绩效评估对中层管理者胜任力方面的考评正是这样评估差异化和多样化的体现。

本文在对国内外文献归纳总结的基础上,首先,介绍中层管理者的绩效考评现状,对比了国内几种常用的绩效评估方法的优缺点。其次,对胜任力的国内外发展进行介绍,阐述胜任力和绩效之间的关系,胜任力能改进工作绩效,对工作绩效有积极的影响。再次,通过对以往中层管理者的胜任力词频进行统计和归纳,将中层管理者的胜任力特征归为8大类。然后,针对M公司中层考评制度具体的分析,针对不足提出相应的建议。最后,建立关于M公司中层管理者基于胜任力的360度绩效评估模型。

本文的研究主要是在以下几方面有所突破：第一,结合具体的企业中层管理者考评情况为背景设计M公司中层管理者360度绩效评估的胜任力模型；第二,运用模糊分析法对中层管理者胜任力进行评价,提高了绩效评估的精准性；第三,结论部分指出了本次研究存在的问题和进一步研究的方向,丰富绩效评估的探索。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 尤显明

A3 钟永祥

PB 西南交通大学

T1 F管理咨询公司营销策略研究

CL 硕士

YR 2014

K1 管理咨询;SWOT;营销策略

Management consulting;;SWOT;;marketing strategy

AB 咨询业作为新产业,它是以提供情报服务以及信息资源为特点,是第三产业体系中重要的一部分,在知识经济占主导地位的今天扮演着越来越重要的角色。管理咨询作为加强和改善企业经营的有效手段,已被世界各国公认。现代咨询业的发展呈现全球化和高度职业化的趋势。wTO的到来、许多大型的跨国管理咨询公司进入中国市场、本土的中小型管理咨询公司的诞生、不断发展的中国经济和不断扩大的市场都给管理咨询业在我国的发展带来了巨大的潜力。因此管理咨询行业会有一个相当客观的发展前景,但相反也会遇到越来越大的挑战。从业人员素质不整、缺乏管理经验、缺乏大型的综合性公司、鱼龙混杂、缺乏行业标准、缺乏核心竞争力等都成为了我国现阶段管理咨询行业存在的问题。

本研究主要包括以下几个部分内容：

第一部分,简要阐述了管理咨询有限公司营销策略研究的背景及意义,并就本文的研究内容、方法进行简单的脉络整理。

第二部分,简要介绍管理咨询行业目前的现状和将来的发展,以及管理咨询业在我国所存在的问题和优势。

第三部分,分析了我国管理咨询业的政治法律环境、经济环境、社会文化环境和技术环境等特点,同时也分析了咨询业的五种竞争力情况,指出了管理咨询业现在的竞争状况和格局,为后文打下现实的分析基础。

第四部分,主要分析了F管理咨询有限公司的主要情况和几个主要竞争者的情况,包括北京精锐管理咨询有限公司和三人众管理咨询公司,通过分析他们的优缺点和特点,可以更好地为F公司的营销策略提出具有针对性的建议。

第五部分,针对以上的分析和总结,提出了F管理咨询有限公司的营销策略,包括聚焦营销策略、个性化营销策略、关系型营销策略、网络营销策略和战略合作营销策略。

本文通过分析我国管理咨询业的现状和存在的问题,通过对F管理咨询公司的SWOT分析,得出了F公司的优势、劣势、机会和威胁,并总结出了F公司的营销策略：个性化营销策略、聚焦营销策略、关系营销策略、网络营销策略、战略联盟策略。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 陈燕

A3 尹华

PB 中南大学

T1 深圳耐里基公司员工工作满意度提升策略研究

CL 硕士

YR 2014

K1 耐里基公司;工作满意度;绩效管理;薪酬激励;员工培训

Ricky company;;Job satisfaction;;performance management;;incentive compensation;;employee training

AB 深圳耐里基公司作为新兴的企业咨询管理公司,在其经营管理的过程中,公司员工普遍工作满意度不高,提高公司员工的工作满意度,成为公司在经营管理过程中所面临的新的问题。

为了了解公司的员工满意度,本文在文献研究的基础上,深入研究了深圳耐里基公司里影响员工工作满意度的因素。调查发现,目前影响深圳耐里基公司员工满意度的因素主要集中在物质回报、精神回报、绩效管理、员工培训与发展、工作环境、管理体制等六个方面。而物质回报在工作回报中体现得尤为突出,绩效管理中现有的考核制度,考核方式等都存在问题。培训主要体现在培训内容、培训方式等不能满足员工的需求。结合深圳耐里基公司的实际情况,以及现代人力资源管理的相关理论,针对公司中存在的问题,本文主要集中在薪酬结构、绩效管理以及培训等方面提出了针对性的建议和意见,包括改革现有的薪酬结构,建立科学的绩效考核体系,设置目标管理的考核指标,强化员工的培训内容,对员工的培训给与一定的经济支持和鼓励等。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 朱贝

A3 张喜红

PB 东北师范大学

T1 我国民间智库能力建设研究

CL 硕士

YR 2014

K1 决策咨询;民间智库;能力建设

Decision Consulting;;Private Think Tank;;Capacity Building

AB 在经济全球化、世界多极化、社会信息化深入发展的大背景下，智库作用正日益凸显，特别是在巩固执政党政治地位、服务政府战略决策、推动经济社会发展、积极参与全球治理、增强国际话语权等方面，都需要专业的智囊机构提供专业性、及时性、回应性的思想支撑和智力支持。在专业的智囊机构中，根据组织属性的不同，可以分为体制内智库和体制外智库，也称为官方智库和民间智库。与官方智库相比，民间智库聚集了社会智慧成果，具有显著的草根性，其观点往往更加自主并贴近民生、反映民声。与官方智库相比，在释放民间压力、破解社会难题、补充信息资源、提供决策咨询等方面有着显著优势。

近年来，随着国家治理理念和治理手段的创新，民间智库进入了蓬勃发展的时期，无论是数量还是质量，都有了飞跃。在很多公共决策出台前后，民间智库都发出了自己的声音，并产生了相当大的社会影响和决策推动。但是相对于其应当在国家决策中扮演的重要角色而言，仍然存在诸多不足。其中自身能力欠缺是非常重要的问题。本文以零点研究咨询集团作为我国民间智库的典型案例，通过个案分析，梳理了我国民间智库能力建设的发展阶段、取得的成果以及遇到的瓶颈和障碍，针对民间智库能力构成的主要方面提出了相应的对策建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 康晓勇

A3 胡春

PB 北京邮电大学

T1 IT类咨询公司知识管理策略研究

CL 硕士

YR 2014

K1 知识管理;知识;咨询;咨询公司;IT

Knowledge management;;knowledge;;consulting;;consulting company;;IT

AB 随着知识经济的迅猛发展,知识管理逐渐成为了公司管理中不可或缺的部分,尤其是对于IT类咨询公司而言,知识管理的重要性越来越突出。通过对知识的有效管理,IT类咨询公司可以降低人员培养成本,提高利润率,提升客户满意度。研究IT类咨询公司的知识管理策略,对于咨询类公司进行知识管理,具有普遍的参考意义和一定的参考价值。

本论文以ADP公司为例对知识管理进行了研究。首先提出了研究的目的和意义,介绍了知识管理理论发展现状和本论文拟采用的部分方法。然后,对ADP公司进行了简要说明,完成了SWOT分析和五力模型分析,同时分析了两家对标企业——埃森哲和麦肯锡在知识管理方面的情况。在此基础上,分析了ADP公司知识管理活动在战略、流程、组织结构、培训、系统化支持等方面的现状,并指出了各方面知识管理活动中存在的不足,提出了对应的改进方案。结合实际项目的需求开发过程,开展了知识管理活动,主要从需求调研,方案实现,客户测试,上线移交等环节,以时间为指标,得到了知识管理方案实施前后的数据。针对项目难度对数据进行修正后,对比了实施前后的情况,得到了实施知识管理后在项目周期、成本和客户满意度方面的改进成果。最后,总结了实施知识管理对其他同类公司的借鉴意义,指明了知识管理不但要在公司高层领导强力支持下展开,更需要公司中层和基层员工广泛参与和执行,通过划分权责、积极推广、明确奖惩等手段和措施将知识管理落到实处。本论文还对知识管理的未来进行了展望,指出文化因素对知识管理活动的影响。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 范培英

A3 傅广宛

PB 华中师范大学

T1 政府职能部门中内设决策咨询机构的功能发挥问题研究

CL 硕士

YR 2014

K1 河南省;商务系统;决策咨询工作

Henan province;;Commerce system;;Decision consultation work

AB 随着经济社会发展,云计算、信息技术、人工智能等新兴技术的兴起,社会分工日益复杂化、专业化,给政府行政管理带来了新的挑战。政府机关的知识结构、专业水平等方面不能完全适应发展的需要,“倒逼”政府机关必须建立自身的决策咨询渠道、机制,以形成科学的、有前瞻性的政府决策。目前,全国各级政府都普遍认识到了政府决策咨询的重要性,多数也在政府决策前进行了咨询,但因决策咨询机构局限、程序不规范,决策咨询往往存在“个体化”、“官方化”、“滞后性”的缺陷。河南省商务部门承担着招商引资、进出口、内贸监管等重要职能,监管范围包括电子商务、高成长性服务业等新兴行业,科学合理决策显得更为重要。因此,以河南省商务系统决策咨询体系建设为例研究政府决策工作,有重大的参考意义。

本文运用服务型政府理论、依法行政理论,采用调查研究、实证分析、案例分析、资料查阅、文献研究等方法,通过分析河南省商务系统决策咨询体系建设的举措、成效,指出目前依然存在的突出问题,并提出相应改进措施和对策建议。通过研究,笔者认为,河南省商务系统的决策咨询工作十分重要,对各级商务主管部门作出科学合理决策有重大推动作用,在以后的工作中需要进一步坚持。同时,也要进一步整合资源、深化举措、确保成效。

本文内容框架主要有四部分：第一部分简述河南省商务系统构建决策咨询体系的重要性、必要性,并概括本文研究方法；第二部分对河南省商务系统决策咨询工作情况进行概述,并分析具体举措和成功经验；第三部分分析河南省商务系统决策咨询工作中存在的问题；第四部分基于研究成果、河南省商务系统决策咨询工作实际,对下一步工作提出意见建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 吕伟权

A3 张若勇

PB 兰州大学

T1 京讯集团培训体系优化研究

CL 硕士

YR 2014

K1 培训;培训体系;优化

training;;training system optimization

AB 随着市场竞争越来越激烈,企业越来越需要高素质的人才,人才的培养成了企业可持续化发展的动力,越来越多的企业开始意识到培训对于企业的发展有其重要的意义。但是在企业的培训中却存在很多误区,主要包括培训需求不明、培训内容不清、培训方式与培训内容没有相结合,没有完善的培训计划,对培训结果没有开展评估等各种问题,导致培训走形式,培训质量不高、培训目标没有达到,没有有效解决企业运营中存在的问题,造成培训成本高,培训资源极大的浪费。因此,针对企业实际培训需求,量身定制合适企业需要的培训方案,并对现有培训体系改进和优化成为一项值得研究的课题。

本文所研究的京讯集团是一家专门为国内移动通信市场提供多渠道直销服务,包含了客户获取、客户保持、营销及市场推广咨询业务的公司,公司成立于2000年10月,现在全国设立了十多个分子公司、70多个营销服务片区,拥有3000多员工,经过多年的努力,京讯集团成为中国移动通信营销服务比较成功的企业之一。

本文在对人力资源管理理论、培训理论及关于成人学习等相关理论概述的基础上,运用访谈和调查问卷的方法,对京讯集团培训现状及对培训的期望进行分析,找出在培训过程中存在的问题,主要包括培训体系缺乏系统性,缺乏各子系统如培训需求分析、培训计划、培训内容设计等问题,导致到公司培训成本高,培训资源极大浪费,培训效果达不到公司要求。在分析上述问题原因的基础上,结合企业实际需求,对京讯集团的企业培训体系重新有针对性地进行优化设计,其中包括：培训组织架构设计、培训制度设计、培训运营体系设计、培训资源管理体系等。通过建立并完善新的适合京讯集团现状的可行的培训体系,将有助于解决京讯集团现在及未来发展中存在的问题,同时,对其它与京讯集团培训存在同样问题的公司有着参考意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 余方鉴

A3 戴魁早

PB 广西师范大学

T1 A咨询公司发展战略研究

CL 硕士

YR 2014

K1 A咨询公司;战略环境;制定与选择;实施与控制

A consulting company;;strategic environment;;establishment and

choice;;implementation and control

AB A咨询公司经过这几年的发展,取得了一定的成绩,但是也存在着制约公司发展的深层次问题。本文以A咨询公司为研究对象,在开展调查和掌握大量资料的基础上,结合本人工作中的认知和管理经验,通过对A咨询公司在发展中内、外部环境的分析,找出其在未来生存与发展中的机会、威胁,找到其内部的优势、劣势。同时运用波士顿矩阵、SWOT矩阵等发展战略管理工具,为A咨询公司制定有效的发展战略,对其进行发展战略的实施与控制,从而能让A咨询公司的资源得到有效的配置,增强凝聚力,提高市场占有率,为公司创造更多的经济效益,进而能为社会创造更大的财富。推而广之,对其它类似的咨询公司有所借鉴和帮助。

本文首先介绍了研究背景、研究意义以及国内外的研究现状。然后结合A咨询公司的发展沿革、业务概况、战略背景等实际情况,对A咨询公司的战略环境分析时,通过外部环境、内部环境层层展开。外部环境主要通过交通建设发展的宏观形势和交通建设市场细分两个方面进行分析。内部环境通过业务发展、财务成本、组织体系、人力资源和企业文化等五个方面进行分析。通过战略环境的分析,找到了A咨询公司外部环境中存在的机会和威胁,内部环境中存在的优势和劣势。交通建设发展既存在有利因素,也存在约束条件。综合来看,未来我国交通建设发展既有机遇又有挑战。在短中期范围,交通发展仍处于建设高潮期,基础设施建设快速发展；从长期来看,交通建设市场任务将会进入稳定发展期,步入建设与管理并重的阶段。接着对战略的制定和选择进行了详细的阐述。公司战略目标包括公司使命、愿景和发展目标。公司战略包括总体战略、业务战略和职能战略。A咨询公司应按照“把握全局、重点突破,立足现实、着眼未来”的指导方针,巩固并做强做精咨询监理业务,拓展和做专做大设计检测业务,探索并择机进入科研、项目代建、造价审计等符合交通行业发展趋势的相关业务,在发展过程中不断完善公司治理架构、生产经营体系和内部管控体系,加强人力资源和企业文化建设。通过外部因素评价矩阵、内部因素评价矩阵和SWOT矩阵三个工具,提出了A咨询公司的可行战略,并进行了选择。A咨询公司的总体战略应采用“两巩固、两拓展、两探索”的经营发展战略,业务发展战略主要采用三层面的业务组合战略、稳固的三角业务协同效应战略和七个相关业务战略,职能发展战略采用治理架构体系战略、生产经营体系战略、内部管控体系战略、人力资源体系战略和企业文化体系战略。最后一部分是战略的实施与控制,对选定的发展战略提出了可行的实施方法与控制。A咨询公司总体战略采用稳步增长式的发展战略,其目的是巩固并做强做精咨询、监理业务,在此基础上进一步拓展和做专做大设计、检测业务,从而再探索并进入科研、项目代建等符合交通行业发展趋势的相关领域。总体战略的实施方法与控制主要有市场渗透战略和产品开发战略,通过具体的咨询业务战略、监理业务战略及相关业务战略的实施与控制来保证业务战略,在公司体制与治理架构体系等5个方面战略分别提出了详细的的实施与控制来实现职能战略。

当前A咨询公司正处于一个重要的战略转变阶段。在新的机遇形势面前,A咨询公司需要进一步统一发展战略目标,明确发展定位,落实工作措施,抢抓机遇、乘势而上,将外部机会转变为发展机会,将内部优势转化为发展优势,调动和发挥各级员工的工作积极性和创造性,共同谱写企业发展的新篇章!本文的研究对这一领域的继续深化具有重要的理论意义,本文采用企业发展战略的相关理论、方法和工具,为A咨询公司及同类咨询公司的发展战略提供理论支持。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 林琅

A3 耿丽华

PB 辽宁大学

T1 试论美国智库对中美关系的影响

CL 硕士

YR 2014

K1 智库;布鲁金斯学会;中美关系

Think Tank;;Brookings Institution;;Sino-US Relations

AB 近年来，智库在美国的政治生活中日益发挥着不可或缺的重要作用。随着中美关系的逐步发展，越来越多的美国智库将研究方向对准了中国。在中美博弈的背后，布鲁金斯学会的影子无处不在。事实证明，这个存在了近百年的智库，在历史上曾经多次影响甚至左右着美国政府的对华政策与态度。然而国内学界对该学会的关注仅停留于基本认知，鲜有对其做出深层研究，不可不谓之遗憾。

本文则在综述美国智库发展的基础上，着重阐述了布鲁金斯学会的对华研究情况，从该学会对华研究的机构和内容入手，通过列举大量的事实和数据，以两届美国政府的对华政策调整过程为案例，分析了其对中美关系产生的影响及影响途径。最后，论文的落脚点回到美国智库对我国外交事务的启示上，对我国的智库发展提出了几点建议。

本文的最终目的是期望引起国内政界及学界对美国智库，特别是主流智库的研究兴趣，并以“二轨外交”为契机，加强非官方的中美对话与合作，进一步推动中美关系友好发展。同时希望我国各级政府加大对非营利性智库的关注与投入，建立和完善政策咨询机制，提高决策科学化和民主化水平，以应对多方面的问题和挑战，为全面增强我国软实力做出应有的贡献。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 姜海燕

A3 张海峰;易桂安

PB 哈尔滨工程大学

T1 基于生态论的我国基石型咨询公司绩效考核研究

CL 硕士

YR 2014

K1 我国基石型咨询公司;生态系统;绩效考核指标体系;粗糙集-未确知测度评价模型

our country's cornerstone consulting company;;ecological theory;;performance appraisal index system;;rough set-unascertained measure evaluation model

AB 改革开放以来,在各项经济政策的刺激下,项目咨询工作逐渐兴起,带动了整个工程咨询业发展。虽然行业内公司数量持续增加,但国内领先咨询公司在国际顶级咨询行业排行榜上的竞争实力较差,出现“长不大”、“长不强”的现象。工程咨询业主要是以知识和经验提供相关服务的品牌,服务的效率与质量决定了咨询公司的优势地位。所以,我国基石型咨询公司要想在这场激烈的“争夺战”中占有一席之地,就必须进行有针对性的绩效考核,最终目的并不是单纯地进行利益分配,而是为公司各环节提供基础性的信息。并且通过考核发现问题、改进问题,找到差距提升公司的服务效率与质量,最终获得竞争优势。但当前大多数基石型咨询公司对绩效考核的重要性认识不足,存在考核指标不全面、考核标准不统一和考核目的不明确等问题。从当前发展趋势来看,基石型咨询公司能为各行各业和各种机构提供富有价值的服务,处于复杂的商业生态系统中,交互作用的复杂性,使其绩效考核的驱动因素增多,增加了绩效考核的多样性和复杂性。因此,从生态系统角度对我国基石型咨询公司绩效考核进行深入研究是十分必要的。鉴于此,本文以生态系统理论为基础,结合我国基石型咨询公司的特点对绩效考核进行深入研究。首先,对“基石型”和基石型公司进行内涵分析,引出了基石型咨询公司的概念及特征,并分析了当前我国基石型咨询公司及其绩效考核现状,结合实际情况总结了这些问题存在的主要原因;其次,应用“生态系统”理论构建了我国基石型咨询公司生态系统概念和关系模型;再次,构建绩效考核驱动模型,通过对驱动因子分析构建基于生态论的我国基石型咨询公司绩效考核指标体系,并对指标体系进行检验,验证指标体系的可行性;最后,采用粗糙集-未确知测度评价模型对我国基石型咨询公司绩效考核进行评价测算,根据评价结果提出我国基石型咨询公司如何提高绩效水平以取得整体竞争优势的对策。本文构建的我国基石型咨询公司生态系统有助于绩效考核指标的选取与分析,建立的绩效考核指标体系丰富了绩效考核理论知识,最后提出的建议有助于提高我国基石型咨询公司绩效水平,进而取得公司的整体竞争优势。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 林立

A3 何宇

PB 福建师范大学

T1 平潭隧道业咨询公司商业模式研究

CL 硕士

YR 2014

K1 平潭隧道业;咨询公司;商业模式;战略

Pingtan tunnel industry;;consulting firms;;business model;;strategy

AB 作为平潭支柱产业之一——平潭隧道业,其主营隧道建设工程现场施工作业,多数情况下私人需投入大量资金购买或租赁机械设备、雇佣大量工人、自购工程材料。处在属于高投入高风险低收益且相对附加值较低的隧道工程产业链的中游环节。目前,平潭隧道业面临诸多问题,如缺乏整合,各自经营；简单沿袭,没有突破等等。

因此对平潭隧道业进行深入的研究有着非常的价值和现实意义,进而找寻到一条能够解决困境、使得整个业态朝着良好方向迈进的科学发展道路。即建立平潭隧道业与咨询服务业相融合的平潭隧道业咨询公司商业模式。旨在整合平潭隧道业的行业资源,挖掘行业价值,突破行业困境,融入新鲜血液,颠覆传统模式,碰撞商业机遇。

平潭隧道业咨询公司商业模式由势能模式和溢价模式构成,势能模式从根本上是为企业创造足够多的客户吸引力,是一种广泛的吸引客户的商业策略。溢价模式不等同于盈利模式的概念,溢价模式是企业围绕着势能模式所构建的,为取得整体盈利的一种系统结构。平潭隧道业咨询公司的势能模式中的核心产品是提供隧道业施工全过程客户即将或正在面临的问题咨询服务。溢价模式中的溢价产品是多方资源整合后的有价值信息、创造多方受益共享的信息平台以及衍生出来的新产品、新模式。

论文采用因果分析,层层递进方式对对象进行较为深入研究。第一步：从发展了半个世纪的地方支柱产业——平潭隧道业分析当中,挖掘出该行业在当今市场环境中存在着的诸多亟需解决的问题。第二步：通过两个亲身案例生动说明咨询服务在支持隧道行业发展当中的市场重要性及不可或缺性。提出实现问题的整体解决方案是建立一个专业化服务于该行业的咨询公司。第三步：围绕着构建怎样的咨询公司商业模式方可实现平潭隧道业和咨询公司的互利共赢。第四步：在结论部分对论文中未明了之处进行补充说明。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 徐晓虎

A3 陈圻

PB 南京航空航天大学

T1 地方智库的构成要素和竞争力研究

CL 博士

YR 2014

K1 地方智库;构成要素;竞争力;回归分析;神经网络;遗传算法

local think tank;;construction elements;;competitiveness;;regression analysis;;neural network;;genetic algorithm

AB 既有的关于中国大陆地区智库的研究工作,主要聚集于地处北京的十几个国家级智库,位于上海、广东、海南等沿海发达省份的不到十个半官方智库,以及曲指可数的几个民间智库。对于遍布全国各省、市、县(区),在现实社会中发挥巨大影响力的大量地方智库,相应的研究工作基本属于空白。同时,以往的智库研究工作主要是运用定性分析方法,国内外仅有个别研究者尝试运用统计分析等定量方法对智库发展现象进行研究,目前尚未形成智库研究的统一范式,尤其是关于智库构成要素和竞争力评估的研究成果很少。由于缺乏公认的智库评价体系,国外关于中国智库竞争力的评估报告在中国大陆引起广泛争议。中央主要领导2012年以来多次指出建设“中国特色新型智库”的重要性。地方智库正是一种具有中国特色的新型智库,在经济社会发展中发挥了重大实践作用,地方智库研究工作具有重要理论意义,本文将战略管理理论分析框架应用于智库研究领域,综合使用多种定量研究和数理模型方法对地方智库发展问题进行了实证研究。具体研究内容如下:本文的核心内容是研究两个存在密切内在联系和逻辑关系的具体课题,一是运用多元回归分析和因子分析方法对地方智库发展因素进行定量研究,建立了PIME要素分析框架,二是在此基础上,运用神经网络模型和遗传算法对地方智库竞争力进行实证评估。首先,本文对智库的基本概念、智库和地方智库的发展历程进行了概要描述,对智库发展问题的以往研究工作进行了文献综述。在此基础上,对地方智库、地方智库的构成要素、地方智库的竞争力等基本概念进行了定义和描述。进而提出了本文的“研究设计”方案,重点论述了战略管理领域的知识管理理论、资源基础学说和核心竞争力理论在地方智库研究中的具体应用。其次,对江苏省淮安市地方智库发展情况进行了历史回顾、文献调查、问卷调查、专家访谈、案例研究和统计分析。通过对多个典型地方智库的案例研究,应用知识管理理论构建了地方智库运行的逻辑模型。在实际研究过程中收集汇总了大量的智库内部运行数据、问卷调查和专家访谈资料,这些数据、信息和具体案例是本文以下开展实证研究的数据基础。在资源基础学说的理论支持和江苏淮安地方智库发展实例的数据支撑下,本文运用多元回归分析和因子分析等实证方法,对地方智库发展中的构成要素进行了定量研究。实证研究结果表明:新世纪以来尤其是2008年全球金融危机爆发以来,地方智库实现了较快发展;政治因子、信息因子、人力因子和经济因子在地方智库发展中发挥了主要影响;地方智库在实际运行中形成了决策参考型、社情民意型和学术研究型等三种类型。在获得了地方智库构成要素分析结果的基础上,本文基于核心竞争力理论,运用神经网络模型和遗传算法对地方智库竞争力进行了定量研究。具体内容包括:采取基于遗传算法的粗糙集方法对复杂繁多的智库竞争力评估指标进行了指标约简,然后分别采用三层BP神经网络模型和Elman经验神经网络模型进行了对比式的智库竞争力评估。定量研究成果证明:基于神经网络模型和遗传算法的系统集成模型可以有效评估地方智库的的竞争力;在实际计算时,仅用少数指标(如5个评估指标)就足以对地方智库竞争力进行充分评估;竞争力评估结果显示,官方智库和高校智库在地方智库中发挥了主体作用,部分民间智库和社团智库近年来发展迅速。基于以上实证研究和定性分析结果,本文进一步分析了地方智库发展中形成的经验做法和存在的问题不足,并相应提出了推动地方智库发展的意见建议。最后,对全文研究工作进行了简要总结,并对研究前景进行了展望。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 祝会兴

A3 蹇令香

PB 大连海事大学

T1 ZX管理咨询公司发展战略研究

CL 硕士

YR 2014

K1 管理咨询业;战略管理;增长型战略;波士顿矩阵

Management consulting industry; Strategic management; Growth

strategy; Boston matrix

AB 管理咨询业是以提供信息和智力服务为特征的新型服务产业,是社会综合服务体系的重要组成部分,在当前以知识经济为主导的国民经济建设和社会发展中发挥着越来越重要的作用。世界经济一体化进程的深入发展,使我国企业对国内外经济发展环境的波动越来越敏感。管理咨询业这一高端服务产业随此趋势而兴起,为企业“更好地适应复杂变幻的国际环境,实现生存和发展”提供服务。我国管理咨询业起步较晚而发展迅速,目前国内管理咨询公司主要从事中低档管理咨询业务,竞争激烈,而绝大部分高端市场被外国公司控制,即国内管理咨询公司遇到了发展的瓶颈。ZX管理咨询公司是国内较为优秀的管理咨询公司之一,它的发展战略的研究是对如何突破瓶颈的探索,对于公司自身和我国咨询业都有重大意义。

本论文首先介绍了选题的背景、意义,以及国内外的研究现状,确定了本文的研究方法和思路,并进一步阐述了管理咨询和战略管理方面的理论知识,为下文的研究提供理论依据。其次,论文分析了ZX管理咨询公司面临的内外部环境,并运用SWOT分析,清晰地揭示了该公司的强、弱、机、危状况。再次,论文运用一元线性回归预测法和多项式曲线预测法,对该公司的未来营业收入进行了组合权重预测。在此研究的基础上,论文系统地提出了公司层、业务层、职能层发展战略,以及相应的战略目标。最后,为保证战略的落实,制定了一系列具体保障措施,从5个方面改善公司的经营现状。论文得出结论,认为ZX管理咨询公司面临着良好的发展机遇,自身具有较好的发展潜力。该公司应改善原来的增长型战略,业务发展有所侧重,树立品牌形象,实现突破式发展。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 余瑛琪

A3 陈辉

PB 南京师范大学

T1 当代中国民间思想库发展研究：问题与对策

CL 硕士

YR 2014

K1 民间思想库;政策分析;对策

Folk think tanks;;policy analysis;;countermeasures

AB 2013年11月党的十八届三中全会将“新型智库建设”写入《决定》,《决定》中提出“加强中国特色新型智库建设,建立健全决策咨询制度”,2014年3月,科技部办公厅调研室和中国科学技术发展战略研究院邀请业界专家共同深入研讨,明确了深化智库功能认识、培育思想品市场、创新智库运管机制、重视战略研究、练好智库内功等五大中国特色新型智库建设对策。

“智库”即是“思想库”,建设中国特色新型思想库,不仅有利于政府决策的科学化、民主化,还是扩大公民有序政治参与、推进协商民主的重要途径。正是基于此,本文对我国思想库,尤其是民间思想库的有关问题进行了深入阐述。文章共分为六大部分：第一部分是前言,主要讲述了论文选题的原因及意义、国内外关于民间思想库的研究现状、研究目标和研究方法；第二部分着力分析了思想库的起源与发展历程、民间思想库相关理论的阐述、定义界定、各类别思想库之间的比较以及民间思想库存在发展的重要意义；第三部分简要介绍了我国几个典型民间思想库的发展并以此概括出我国当代民间思想库的生存发展现状；第四部分是立足第三部分的内容,着重分析了我国民间思想库存在的问题及原因；第五部分是分析借鉴美国民间思想库发展的四点经验；第六部分则是针对第四部分的问题与原因及第五部分对美国民间思想库的分析借鉴提出我国民间思想库获得进一步发展的相关建议措施。主要从外部政治环境,包括政府部门需优化政策参与环境、国家有关机构需完善相应的法律法规、社会各界应加强对民间思想库的支持；在民间思想库内部自身质量的提高上,从研究经费的筹集、人才的吸引与管理、研究成果的质量提高与推广及技术设备、信息网络的管理这几个方面提出推动我国民间思想库发展进步的对策建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王亚丽

A3 李森

PB 北京交通大学

T1 H管理咨询公司知识型员工激励机制研究

CL 硕士

YR 2014

K1 管理咨询;知识型员工;激励机制

Management Consulting;;Knowledge-based Employees;;Incentive

Mechanism

AB 知识经济时代的来临,企业的核心竞争要素也逐渐从资本要素向人力要素倾斜,核心竞争要素的转移带来了企业管理理念的改变,如何建立一套有效的人才激励机制成了众多企业人力资源管理的核心问题。

本文对H管理咨询公司知识型员工激励机制进行探讨,主要研究对象是咨询员工。咨询员工的高流失率一直是H公司的根本问题,高于行业平均水平。优秀咨询员工不断流失,或被竞争对手挖了墙角,或自己创业与公司竞争客户,这不但阻碍了公司的正常业务发展,还直接影响了公司其他员工的工作热情。如何改进咨询员工的激励机制问题成了困扰H管理咨询公司人力资源管理的首要问题。

本文在系统介绍传统激励理论和知识型员工激励理论的基础上,结合咨询行业和咨询员工的特点,采用问卷调查和访谈的方式对H管理咨询公司咨询员工的需求和现行激励机制的效果进行了实证调查,并对获得的数据进行了分析,挖掘出现行激励机制存在的问题与不足,并针对问题提出了改进思路和具体措施,以帮助公司人力资源部提升人才管理水平,达到吸引人才,减少流失,稳定团队,提高竞争力的目的。对H管理咨询公司激励机制的研究探讨对国内其他中小管理咨询公司改善其激励机制,提高人才竞争力有一定的借鉴意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 郝林

A3 谢军占

PB 长安大学

T1 西部智库发展及其影响力提升研究

CL 硕士

YR 2013

K1 西部智库;影响力提升;社会科学院

western think tanks;;enhance of influence;;Academy of Social Sciences

AB 智库作为促进经济社会发展必不可少的机构，作用发挥日益明显。在西部智库影响力提升研究过程中，主要采用参考文献法、案例分析法和区域比较法，通过讲述智库概念的起源、分类、特征、社会功能，一方面追溯了西方智库的发展历程，历史性地描述了西方智库起源于19世纪，至今发展成为视野全球化、研究综合性的智库的变迁过程，另一方面也概括了我国当代智库的发展历程，总结了符合我国发展实际的智库影响力12项基本指标，着重指出智库影响力重点体现在智库对政府决策的影响力，智库在学术方面的影响力，智库对社会的影响力以及智库在国际上的影响力，进而分析了世界知名智库的情况及其影响力建设，总结出知名智库的几个基本特征：综合性、国际化、注重长期发展，得到关于知名智库影响力建设的启示：一是要积极围绕社会发展需求；二是夯实智库自身基础；三是增强智库市场推广能力，较为实际地提出了以西部地方社科院为代表的我国智库建设、发展状况，总结提炼出智库建设和影响力提升的一般规律和途径，尤其重在夯实自身基础、加强合作交流、坚持研究立场、搭建学术平台、加强智库互动、借助媒介力量、注重储备研究等方面，这些举措对我国西部智库的快速、良性发展能起到一定的推动和借鉴作用。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 肖亦凡

A3 单承戈

PB 西南交通大学

T1 咨询服务企业新运营模式下的CRM系统应用研究

CL 硕士

YR 2014

K1 咨询服务企业;新运营模式;CRM

Consulting services enterprise;;new operation model;;CRM

AB 咨询服务企业依托其密集的智力及人才优势,成为企业解决生产运营中存在问题的强有力保证,咨询业也因此成为服务业中知识运用的佼佼者。随着市场竞争的日益激烈及信息技术的飞速发展,咨询公司现存的运营模式暴露出的一系列问题严重制约了咨询服务业的发展。利用信息系统改变现存的运营模式,优化运作流程,提升咨询服务质量,已经成为咨询企业发展的当务之急。

本文对咨询服务企业利用客户关系管理(CRM)系统改变现存运营模式中存在的问题做出了理论及实践的研究。论文首先对咨询服务业的发展过程进行了概述,在分析咨询服务业运营特点的基础上指出咨询服务业所面临的诸如项目制运营模式制约咨询业的发展、客户资源内部协调不均等一系列问题。接着,针对咨询服务业面临的挑战,在分析咨询服务业实施客户关系管理的必要性及现状的基础上提出引入CRM思想的咨询服务企业新运营模式,以补充甚至代替项目制的运营模式；接下来,利用工作流技术规范并优化一个业务流程实例以及客户资源的内部协调流程来重点阐述新运营模式是如何在CRM系统中得到体现。最后,在上述研究的基础上结合一个咨询公司实例,采用J2EE设计模式,Operamasks开发平台设计并实现了一套完整的咨询企业CRM系统,主要包括系统概述、框架设计、数据库设计及各功能模块的设计与实现。该系统目前正在某咨询公司使用,并取得初步成效。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 仝宝敏

A3 涂锦

PB 西南交通大学

T1 中铁工程设计院的战略研究

CL 硕士

YR 2013

K1 SWOT;外部环境分析;内部发展条件;企业战略

SWOT;;Analysis of the external environment;;Internal development conditions;;Enterprise

strategy

AB 面对信息化、科技化、全球化的经济发展时代,经济发展不断更新原有的经济模式,企业发展也需要不断创新自己的发展战略。作为建国初期成立的企业,中铁工程设计院怎样在纷繁多变的当今市场经济环境中适应形势,持续发展,变革创新,把一个老的国有企业向现代化公司体制转型,制定出符合自身企业发展的战略思想模式是一个重要的课题,使企业由设计院向综合工程公司,由国内向国际企业的顺利转型。

本文全面介绍了中铁院的基本情况,借助SWOT分析方法等战略研究工具,详细分析了企业发展外部环境和内部经营条件的优势、劣势、机会、威胁进行比较分析研究。在SWOT分析结果的基础上,建立战略分析框架,根据设计院的自身发展情况,提出了企业的战略思路和发展定位,对差异化和多元化以及国际化等发展战略模式进行了评估,要求中铁院选择技术驱动型的价值增长战略方案。

为了保障发展战略方案有效实施,文章在设计院的管理制度创新、人力资源、企业文化建设等方面提出了合理而具体保障措施。

首先是对中铁工程设计院成立以来所面临的发展背景作出概述,就本文所探讨的发展战略的研究意义、研究目的和研究内容进行了分析。同时,就本文将要对中铁工程设计院发展战略的研究制定了研究方法和框架体系以及技术路线、创新点做了简约的脉络梳理。

其次分析阐述了中铁工程设计院的外部发展环境；主要包括两方面：其一、宏观经济环境分析,包括国际和国内两方面；其二、行业发展环境分析,包括国际和国内和建筑行业三部分。

再次分析描述了中铁工程设计院内部的现状,主要包括三方面：其一、企业的基本情况概述,包括企业简介、区域条件、经营范围、资质状况、组织机构和治理结构等；其二、内部经营环境分析,包括经营财务指标、人力资源、市场竞争、技术能力。其三、利用SWOT分析及结论,包括SWOT分析、建模和结论。

最后根据上面几章的分析,制定了中铁工程设计院发展思路和战略定位；制定了中铁工程设计院的发展战略：多元化发展的战略、差异化发展的战略、国际化发展的战略,并对各战略进行了分解；制定了设计院发展战略的规划内容和规划设计,确定了设计院的愿景、使命以及战略目标和总体规划。

另外是就中铁工程设计院的发展战略如何实施进行了分解并提出了实施战略的保障措施。分别从完善现代企业管理制度、提高企业核心竞争力、实施人才强企、实行扁平化管理、完善两级管理体制、立足企业和职工的根本利益、加强企业文化建设五方面展开分析归纳。

本文的结尾总结回顾论文的主要内容并提出下一步的研究方向。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 孙文勇

A3 胡春

PB 北京邮电大学

T1 IT咨询在某化工集团IT基础架构项目中的应用研究

CL 硕士

YR 2013

K1 IT;咨询项目;项目管理;方法论

IT;;Consulting;;Methodology;;Project Management

AB 目前,IT咨询服务在业界开始占据越来越重要的地位,IT咨询已经成为IT产业中举足轻重的一个部分。但当前的理论研究中,对于咨询服务方面的研究相对比较滞后。

本文从IT咨询的定义出发,结合整个IT行业宏观环境和某化工集团的具体情况进行分析,以及目前IT咨询行业发展所遇到的问题、困难和机遇。通过对某化工集团IT基础架构的调研、分析、设计,总结出适合IT行业咨询的方法,并对IT行业咨询方法进行详细的分析,对未来咨询行业的发展具有较强的参考和指导意义。

本文还从项目管理的角度去分析IT咨询项目中的项目进度控制、项目沟通管理、项目质量管理、项目风险管理、项目变更管理。通过某化工集团的IT基础架构项目的实践,从而获得IT咨询项目的管理经验。这对以后类似IT咨询项目的项目管理有着比较强的借鉴意义。

通过某化工集团的IT基础架构项目的实践,总结了IT咨询项目为客户带来的直接、间接和社会效益,这说明了IT咨询能够为客户带来的价值以及本文研究的意义。

本文的最后总结了某化工集团IT基础架构咨询项目的特点,分析了IT咨询公司在国内的发展前景,自身的优势和面临的挑战。还展望了一下IT咨询行业的未来的发展前景和研究方向,从企业业务应用的发展对IT基础架构的影响和IT咨询行业的规范性方面进行了探讨。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张洁

A3 钱再见

PB 南京师范大学

T1 国家和社会关系视角下的中国民间思想库研究

CL 硕士

YR 2014

K1 中国;民间思想库;国家和社会关系

civil think tanks;;dynamic factors;;resistance factors;;development countermeasures

AB 在过去十几年里,民间思想库蓬勃发展,为国家和社会大政方针建言献策,为中国的改革和发展做出了一定的贡献。但是实际上,同国外相比,我国的民间思想库无论是在数量上还是影响力方面都微乎其微。学术界也多将注意力放在官方和半官方思想库上,对民间思想库研究不足。本文以我国国家和社会关系为依托,结合公民社会理论、政府信息公开理论、专家治国理论、多元主义理论,致力于研究民间思想库。“智库”最早可以追溯到中国古代的智囊团和智囊人物,而民间思想库则在改革开放后得到发展。在国家和社会关系的背景下民间思想库的兴起和发展是社会多元化、民主化的必然结果；民间思想库的发展是转型期国家提高管理能力的内在需要；民间思想库发挥桥梁作用,有利于构建和谐的国家和社会关系；民间思想库的兴起是思想库自身发展的方向。

民间思想库的发展既要看到其动力因素又要分析阻力因素。能够得以发展的动力因素或者说是有利条件,主要包括以下因素：民间思想库自身对体制内思想库的补充,社会问题的增多,政府职能以及决策方式的转变,公民社会的成长,公民教育和人才培养的需要,新媒体的推动作用。中国民间思想库在发展的道路上同样阻力重重：中国传统文化的掣肘,政治精英决策体系下话语权及影响力微弱,来自于政府的诸多限制,缺乏社会支持,民间思想库对自身发展在国家社会中的定位不清晰,信息、人力、资金等资源的缺乏,管理体制的不健全。在深入剖析自身的基础上又要能借鉴美国思想库发展的经验：政治文化、政治体制、稳定的资金、独立的运行机制等等,进而能从不同的角度推进我国民间思想库的发展：从发展方向上,明析民间思想库的发展方向以及角色定位；从外部环境上,国家和社会两方给予支持以创造良好的环境；从自身机制上,民间思想库也需自力更生：提高政策影响力、完善管理机制、建立专业的研究队伍等。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 马志豪

A3 蒋晓光

PB 华东交通大学

T1 中铁咨询公司工程设计人员胜任力模型研究

CL 硕士

YR 2013

K1 胜任力模型;工程设计人员;招聘;培训

competency model;;engineering designer;;recruitment;;training

AB 随着中国工程设计行业的不断发展，针对工程设计人才的管理和使用方法的研究也不断增多。但总体上来讲，传统的工程设计人才的管理和使用一般都从设计能力等显性的个人能力出发，较少注重人才的潜在素质。另外，由于缺乏准确的绩效考核指标及可量化的绩效考核数据的支持，知识型员工的管理一直是企业人力资源管理的难题。胜任力模型通过绩效和工作行为来判定员工核心能力，所以比较适用于对知识型员工能力的考察和判定。本文以中铁咨询公司这一知名的工程设计公司为研究对象，旨在探讨如何建立工程设计人员的胜任力模型以及如何使用胜任力模型管理工程设计人才，从而提高此类公司对工程设计人员管理的效率。

本文首先研究了胜任力、胜任力模型、胜任力模型的建立以及当前国内外工程设计人员胜任力相关的研究成果。深入的阐述了胜任力模型的概念、分类、构建方法等知识，重点研究了当前学术界对于工程设计人员素质要求的研究成果，以期为后续的研究打下坚实的理论基础。

在归纳和总结相关理论的基础上，本文使用了文献分析法、关键事件访谈法、企业战略分析法三种方法，分别分析出行业对人才素质的期望，高绩效行为对人才素质的要求和企业发展战略对人才素质的要求。分阶段，有步骤的构建出了中铁咨询公司工程设计人员胜任力模型。

依据构建出来的胜任力模型，编制《工程设计人员胜任力模型调查问卷》，使用探索性因素分析和结构方程模型对设计出的胜任力模型进行验证，最终了确定模型的有效性。

在最后一部分中，本文结合在公司调研和访谈期间得到的知识，深入分析了公司在人才招聘和培训方面存在的缺陷，结合构建出的胜任力模型，帮助公司设计出一套基于胜任力的招聘和培训体系。

本文是对中铁咨询公司工程设计人员胜任力模型构建与应用这一项目的实施的成果和经验的总结，所论述的胜任力模型的构建过程和使用的方法对其他工程设计企业的设计人员管理工作有一定的参考价值。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘亚梅

A3 俞洪良;陈君富

PB 浙江大学

T1 基于工程投控加法律风控模式的全过程造价咨询研究

CL 硕士

YR 2013

K1 全过程造价咨询;咨询企业;工程投控加法律风控模式

whole process cost consultation;;consultation;;project investment control

and legal control mode

AB 固定资产投资的迅速增长,推动了我国工程咨询企业的迅速发展,同时对工程咨询企业提出了更高要求,扩大咨询服务范围,为委托方提供全过程造价咨询服务是我国工程造价咨询业的发展趋势。工程造价咨询企业在我国的发展时间较短,由于缺乏标准的咨询操作规范、经验研究,大多数造价咨询企业所提供的咨询服务仅侧重项目的某一个阶段或某几个阶段,或是咨询服务不全面,尚不具备提供完整高效的全过程造价咨询服务的能力,也不具备根据客户需要提供个性化的咨询服务。

本文通过文献研究,对全过程造价咨询理论进行了论述,对全过程造价咨询业务的内涵及特点进行了界定,对我国香港地区的全过程造价咨询服务进行了深入的分析,找出了我国内地与先进国家或地区的全过程造价咨询的差距,在借鉴先进国家或地区的全过程造价咨询的基础上,提出了基于工程投控加法律风控模式的全过程造价咨询的理论及操作流程,并以韩华新能源有限公司新建一期项目的全过程造价咨询为例进行了研究,验证了该模式的有效性和可行性。该模式对全过程造价咨询业务的开展提供了有益的参考。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 陈丕东

A3 张俊;田峰

PB 北京建筑大学

T1 伙伴式（Partnering）造价咨询管理模式研究

CL 硕士

YR 2013

K1 Partnering;全过程造价咨询;风险;支撑体系

Partnering;;whole process cost consultation;;risk;;Support system

AB 现阶段，我国正进行大规模的基础设施建设和工业化建设，工程造价咨询业在投资控制、节约资金中1起着举足轻重的作用。同时，根据WTO的承诺，目前国外的工程造价咨询公司已经进入了我国的工程造价咨询市场，在我国境内从事相关的工程造价咨询活动。先进的管理理论、丰富的从业经验、优秀的从业人员决定了国外的工程造价咨询公司的进入必定加剧我国工程造价咨询市场的竞争。虽然全过程造价咨询业务在发达国家已广泛开展，但由于我国目前还没有适用于全过程造价咨询业务的管理模式，所以我国的全过程造价咨询业务和工程造价咨询公司正处于发展的关进时期。先进的造价咨询管理模式是做好全过程造价咨询业务的关键，所以，本文将站在工程造价咨询公司的立场，建立一套适合我国全过程造价咨询业务的管理模式，即伙伴式（Partnering）造价咨询管理模式。

论文首先对全过程造价咨询现状进行分析，为建立一套新的咨询管理理论奠定了基础。其次，针对全过程造价咨询业务对伙伴式（Partnering）造价咨询管理模式进行了需求分析和可行性分析，确定了伙伴式（Partnering）造价咨询管理模式的切实可行性。最后，对支撑伙伴式（Partnering）造价咨询管理模式实现的体系提供了详细的设计，为伙伴式（Partnering）造价咨询管理模式的运用提供了合理的平台。

全过程造价咨询服务是社会主义市场的经济产物，提高了造价咨询市场的活力,促进了工程造价咨询行业的发展。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王宇华

A3 范徵

PB 上海外国语大学

T1 无锡浙大咨询有限公司发展战略研究

CL 硕士

YR 2013

K1 咨询公司;管理培训;发展战略

Consulting company;;Management training;;Development strategy

AB 在中国，管理培训被视为迅速提高管理能力的重要方式之一，同时它还在组织中经常扮演着改革和发展的催化剂角色。中国的管理培训行业自身也伴着这股时代的潮流迅猛发展了近30年，面对日益复杂的竞争环境，企业要在市场中获得持续的竞争力，保持自身健康、持续的发展，有必要制定科学的发展战略，来指导企业的未来发展方向。

无锡浙大咨询有限公司是一家以从事管理培训为主的培训类咨询公司，经过了近8年的经营，虽已度过初创期，却持续多年无法扩大发展。面对竞争日趋激烈的企业管理培训市场，公司的发展模式、队伍建设和市场定位等都面临着严峻挑战。研究无锡浙大咨询有限公司的发展战略，对于这家企业的生存和发展都具有重要的理论和现实意义。作者通过访谈、调查等方式参与了该企业发展战略的制定过程。

本文运用实证研究方法，首先对发展战略的相关理论文献进行了归纳和研究；在此基础上，结合我国管理培训咨询行业的外部环境分析，找出行业存在的问题及机会；然后，运用SW0T分析法，对无锡浙大咨询有限公司内部竞争优势和劣势、外部机会和威胁进行了深入的研究分析，挖掘企业自身的相对优势；同时还运用了定位理论，根据目标客户的认知研究，提出了无锡浙大咨询有限公司的发展战略定位。并以此为依据制定了一系列的公司发展战略，包括公司愿景、使命、价值观、战略方向等，还制定了具体的战略执行计划来确保公司发展战略的有效实施。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 况朝

A3 姜建国

PB 上海交通大学

T1 基于平衡计分卡企业层级绩效系统的研究

CL 硕士

YR 2013

K1 平衡计分卡;绩效管理;层级指标体系

Balanced Scorecard;;Performance Management;;Tiered Performance Systems;;Optimization

AB 本论文在绩效管理理论和方法研究的基础上,对目前服务型企业的绩效管理进行了分析研究。本文尝试引入平衡计分卡，旨在从财务、顾客、内部业务和学习与成长等四个方面，构建以企业战略和愿景为核心的绩效评价指标体系,并尝试在绩效评估中拓展平衡记分卡的应用，从组织、部门和个人三个维度分别加以运用,为企业的绩效评价方式引入了新思路，主要尝试解决以下问题：

1.在财务指标的基础上根据平衡计分卡引入符合公司战略的非量化指标；

2.重视非量化性指标的考核方法和量化手段；

3.引入分层的全系统考核，而不仅仅只是针对个人或者组织；

在平衡计分卡层级绩效系统的实施过程中，需要进行充分的前期准备，由组织的战略地图出发确定公司的使命，价值和愿景，进行分析并分解出相关公司战略指标并筛选出平衡计分卡。进而构建企业，部门以及员工级平衡计分卡指标体系。在指标筛选的过程中，针对指标权重尤其是一些非量化指标，引入了权值因子判断表法基于熵值法的指标矩阵权重调整的方法以实现对指标体系的科学优化。三层指标体系建立完成后还需要建立全员绩效管理评价体系支持系统从而实现绩效管理日常运作机制。

在本文的最后，本文的成果是创建了一个三层的基于平衡计分卡的绩效管理体系，这个体系可以给目前的绩效系统带来一种新的视角和方法，并以优化的方法实现科学的现代绩效管理。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 蓝福基

A3 尚珊

PB 山西大学

T1 虚拟咨询企业联盟合作伙伴的选择

CL 硕士

YR 2013

K1 虚拟咨询企业;伙伴选择;选择模型;层次分析

Virtual consulting enterprises;;Partners selection;;Selection

model;;Analytic hierarchy

AB 信息化时代,企业间的竞争愈发激烈,不仅要求企业与时俱进,不断提升企业核心竞争力,提高自身产品(服务)质量,控制成本与风险关系等,还要求企业间能够相互合作,资源互补,以团队合力完成企业使命,实现企业利润最大化,从而在市场竞争中处于有利地位。在虚拟咨询企业咨询过程中,越来越多个性化、专业化、复合化的咨询需求出现,这些需求仅靠虚拟咨询企业自身内部资源是无法得到满足的。在这样的背景下,虚拟咨询企业开始重视基于信息分享和技术资源互补的联盟形态,并把它作为虚拟咨询企业经营发展的重要策略。对虚拟咨询企业来说,选择合适的联盟合作伙伴,关系着复合型咨询任务的有效完成,客户咨询需求的满足和虚拟咨询企业的自身建设。

本文首先通过分析虚拟咨询企业联盟的合作机理及运行环境,提出联盟组建的重要性和必要性,接着对联盟合作伙伴选择过程进行探索,根据联盟伙伴选择的基本原则,建立虚拟咨询企业联盟合作伙伴选择评价指标体系,然后提出了联盟合作伙伴的选择与优化模型,最后运用该选择与优化模型,结合实际案例,通过对候选合作伙伴的选择组建虚拟咨询企业联盟,完成复合型咨询任务。

本文的创新之处在于建立了面向机构和面向企业的合作伙伴选择评价指标体系,提出联盟伙伴选择新四阶段模型,并运用层次分析法对合作伙伴进行选择。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 何芳

A3 尚珊

PB 山西大学

T1 虚实结合咨询企业内部知识可视化研究

CL 硕士

YR 2013

K1 咨询企业;虚实结合;可视化;本体;知识地图

Consulting firms;;Click-and-morter;;Knowledge map;;Ontology-based

AB 在国家优化产业结构的一系列政策引导下,第三产业规模的快速扩张,同时也面临着持续的技术、流程、产品和服务创新甚至巨大的战略变革。身处第三产业,咨询企业如何解决社会咨询需求日益增长、咨询项目复杂性和咨询企业自身资源有限性之间的矛盾,这是值得深思的问题。

一些企业试图引入虚拟组织来解决这个问题。在虚拟组织中,跨越时间、空间距离和组织边界的成员利用信息技术进行合作来完成工作任务。本文第一部分基于咨询业的宏观环境,在对虚拟咨询、实体咨询的SWOT分析中,提出取两者之长、补其不足构建虚实结合咨询企业的想法。由于现有组织理论侧重于静态研究各种组织结构形式,企业实际进行组织结构变革中常常遇到没有相应的理论指导的困境,鉴于此,本文对虚拟组织、组织变革、组织间关系的理论进行了回顾和借鉴,对咨询企业如何从单一组织结构演变到虚实结合模式进行了较深入的研究,重点对核心问题包括构建步骤、业务流程和运行机制做出了由浅入深、循序渐进的阐述,无论在理论上和实践上都非常有意义。

虚实结合对知识交流和共享的迫切要求,决定了实现内部知识可视化是咨询企业需要解决的突破性问题。知识地图以便于浏览和被人理解与接受的可视化形式呈现知识,能使遍布全球的项目成员为顾客提供更好地解决方案。针对项目成员高素质的特点,本文第二部分提出基于规则的信息标引,结合已小范围投入实践的本体技术以及知识组织、信息检索技术,详细论述了构建基于本体的知识地图的技术路线,并实现了关键环节。论文的最后,提出了本文研究的不足和对未来的展望。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 许莎莎

A3 徐登科

PB 湖南工业大学

T1 管理咨询企业竞争力评价体系研究

CL 硕士

YR 2013

K1 管理咨询企业;竞争力;评价指标体系;层次分析法;模糊综合评价

management consulting enterprise;;competitiveness;;evaluation index system;;analytic hierarchy process;;fuzzy comprehensive

evaluation

AB 伴随市场经济体制和新兴技术的不断发展，知识和智力资本越发受到企业的重视，而作为新兴产业和智力服务行业的管理咨询业也得以快速发展，并在世界经济和国民经济发展历程中发挥着越来越重要的作用。管理咨询业在国际上已有百年历史，而在我国却只短短几十年,虽然目前我国各类企业对管理咨询的需求迅猛增长，但咨询业在我国仍属新兴行业，尚未建立较为成熟的行业运行机制，同时管理咨询企业自身内部管理水平参差不齐，并处在与国外大型跨国咨询公司激烈竞争的环境中，要想获得生存与成长必须培育、提升和维护其竞争力，那么影响管理咨询企业竞争力有哪些因素？评价指标有哪些？如何对其进行评价？这些均成为学者们探索和研究的重要课题。

构建一套完整的竞争力评价体系，既可帮助企业分析目前面对的竞争压力，又可帮助其在充分认识自身资源和能力基础上发现、培育并维持企业竞争力。由于管理咨询企业独特的个性特点，学者们并不能把一般的企业竞争力指标和体系应用到其评价中去，故目前对管理咨询企业竞争力评价研究处在起步阶段，并未形成统一、权威的评价体系。

本文在对企业竞争力及评价研究进行综述基础上，结合管理咨询企业特点和竞争力影响因素，从我国学者们二十年的有关管理咨询研究文献中进行分析、梳理并初步提炼管理咨询企业竞争力影响因素，并采用KJ法对其进行归纳合并得出40个基本评价指标，同时通过专家意见征询进行重要性检验以筛选出24个关键评价指标，进而采用因子分析法提取公共因子并重新命名，形成评价指标体系框架。而后运用层次分析法确定指标权重，并选择模糊综合评价法对管理咨询企业竞争力进行评价。最终通过实际案例进行验证分析，并结合国内外实践经验和优秀做法，提出管理咨询企业进一步提高竞争力的对策与建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李丽娜

A3 肖霞

PB 首都经济贸易大学

T1 HG咨询公司员工薪酬体系研究

CL 硕士

YR 2013

K1 HG咨询公司;薪酬体系;工资;绩效奖金;社会福利

HG Cons ulting Company;;Salary System;;Salary;;Performance-valued

Bonus;;Social Welfares

AB 本文以HG咨询公司为研究对象，在介绍公司发展状况、组织架构、工作流程、薪酬管理体系的基础上，详细分析公司员工薪酬体系的现状及目前存在的问题，为HG咨询公司员工薪酬体系管理措施的改进和完善做进一步规划和深入的研究。

论文共分七个部分：第一部分是背景介绍，主要说明本文的研究背景、研究目的、研究方法和研究内容；第二部分是相关薪酬研究概况综述，对薪酬、薪酬体系、国内外薪酬研究现状和发展趋势等相关概念和理论进行阐述；第三部分是HG咨询公司的概述介绍，对HG咨询公司情况及业务范围进行详细分析；第四部分是HG咨询公司员工薪酬体系分析，对HG咨询公司薪酬体系沿革、薪酬结构设计、及薪酬结构的主要组成部分进行详细分析；第五部分是HG咨询公司员工薪酬调查分析；第六部分是HG咨询公司员工薪酬体系的优化改进措施研究，对员工薪酬体系优化改进的目标进行设定，对员工薪酬体系优化改进措施进行详细分析，提出HG咨询公司员工薪酬体系的进一步改进和完善措施；第七部分为结论。

本论文旨在通过对HG咨询公司现有员工薪酬体系的分析，研究出在合法政策制度框架下，如何通过合理实施员工薪酬体系的设计技术，兼顾公平和效益，从而更有效发挥薪酬的作用，以期达到如下两个目地：一方面提高HG咨询公司员工的薪酬满意度和工作效率，吸引、保留和激励优秀员工；另一方面为HG咨询公司深入稳定的发展储备人才和提高公司的综合竞争优势。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 周艳

A3 王强

PB 南京大学

T1 我国政府决策咨询现状分析及发展思考

CL 硕士

YR 2013

K1 咨询机构;政府决策;政策制定;政府决策咨询

Consultation;;Government decision-making;;Policy

formulation process;;Government decision-making consulation

AB 如何进行科学合理的政府决策、如何制定有效的政策,成为各国政府难以回避的现实问题。政治生活中有一条亘古不变的游戏规则——决策者希望那些好的决策在能够解决共同的问题的同时也能给大多数人带来利益,以期获得广泛的认可以巩固自身的地位。中国目前处于转轨时期,随着社会分工的纵深发展,公共事务呈现繁杂、利益多元化的格局发展、社会各种不确定性因素增多,这些变化试图致力揭示一个深刻的事实：决策环境的变化对政府的决策能力提出了新的挑战。当变化已经成为政府决策和政策制定过程中的一种常态,政府决策咨询不仅成为政府决策过程的重要程序,而且越来越多地成为政府决策的基础。在现代政府决策和政策制定的过程中,为了更充分的汲取专家、民众和专业咨询机构的意见,从中央到地方的决策层,向各类咨询机构打开了参与之门,力图促成国家、社会、公众的良性互动,同时也为社会公共治理提供更丰富、更具正当性的资源。咨询机构已成为重要的智慧生产机构,是一个国家思想创新的源泉,为决策者特别是高层决策者或决策部门作出及时而准确的趋势判断及科学的决策建议,从而大大提升了政府决策科学性的程度。

本文从厘清政府决策咨询的相关概念入手,结合雷格斯的行政生态学理论来分析政府决策咨询与政府决策结构功能分化之间的演变关系,介绍了我国政府决策咨询历史发展及现状。在此基础上,第四章重点介绍了咨询机构与政府决策过程的立项、功能与影响力分析,结合新医改方案的出台这一案例,指出咨询机构如何介入政府决策和政策制定各个阶段、发挥了何种关键作用。最后,基于前几章对我国目前政府决策咨询现状分析的基础上,对我国未来政府决策咨询发展困境及策略选择作了一个简单的思考。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 江伟

A3 单承戈

PB 西南交通大学

T1 咨询服务业的B2B电子商务应用框架研究

CL 硕士

YR 2013

K1 咨询服务;电子商务框架;工作流

Consulting services;;e-commerce framework;;workflow

AB 电子商务的蓬勃发展改变了大部分企业的运营方式,咨询公司同样面临着电子商务带来的挑战与机遇,但受到咨询公司自身特点影响,大部分咨询公司仍然沿用传统的咨询服务运营方式。随着市场竞争的日益激烈,B2B电子商务将成为咨询公司的必然选择。

本文首先对传统咨询服务业的运营模式进行分析,指出了传统咨询服务业所面临的挑战,并结合咨询公司面临的与客户之间缺乏信息共享、数据处理技术落后、咨询公司之间缺乏合作等不足,利用现有的电子商务信息技术给出了在电子商务环境下咨询服务业的运营模式。然后根据咨询服务企业的运作的特点,分析了电子商务环境下咨询服务的供应链以及其对咨询公司的影响,并同时分析了咨询服务外包对咨询公司客户供应链带来的影响。为了更好地将咨询服务结合到咨询公司以及其客户的供应链中,使得咨询服务具有可追溯性、及时响应、完整性等特点,本文结合某咨询公司的运营经验,使用工作流技术,设计了电子商务环境下提供咨询服务的相关业务流程。最后,在上述研究的基础上,本文提出了一套完整的咨询服务的电子商务框架解决方案,主要包括技术方案的选择、功能模块设计和数据库设计等,并使用OperaMasks平台Fire Workflow工作流引擎,采用J2EE的设计模式开发了咨询服务的电子商务系统,并在深圳某咨询公司进行实际应用,并取得初步成效。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 魏婕

A3 徐斌

PB 首都经济贸易大学

T1 管理教练行为对咨询顾问工作倦怠的影响研究

CL 硕士

YR 2013

K1 咨询顾问;教练;管理教练行为;工作倦怠

Consultant;;Coach;;Managerial coaching behavior Job burnout

AB `

随着当今时代生活节奏加快，工作压力增大，工作倦怠问题已受到学术界的广泛关注。工作倦怠不仅使员工产生身心疲惫、心力交瘁的生理状况，还会导致员工对工作漠不关心、热情减退、自我效能感降低等消极态度。久而久之，便会对工作绩效产生负面影响。因此，工作倦怠问题十分突出并迫在眉睫。

对于以人为核心价值的咨询公司来说，员工的工作倦怠问题更是亟待解决。咨询公司以客户为导向，为客户提供专业、优质的服务是咨询公司的主营业务，一旦员工出现工作倦怠，便会直接导致方案质量下降，进而降低客户满意度，这不仅会影响公司效益，更重要的是信誉和口碑会受到重创。这对于咨询公司来说，会使积累了几十年的声誉毁在员工倦怠问题上。

目前，管理教练正作为一种新型管理方法被进入企业中，并取得了很好的效果，尤其对于缓解员工精神疲惫状况、提供心理支持、提升员工自我效能感以及挖掘潜能等方面具有积极影响。因此，本文立足于某典型大型外企咨询公司（简称A公司），在总结以往有关研究的基础上，提出研究构思，并运用访谈研究和问卷调查法深入了解和分析管理教练行为对外企咨询顾问工作倦怠的影响。通过实证研究，本文得出以下结论：

①该外企咨询顾问具有中度工作倦怠，其中情绪衰竭程度最高，去个性化次之，个人成就感降低程度相对较低；

②不同性别、年龄、教育水平、职位等级和婚姻状况的员工对工作倦怠和管理教练行为的感知程度有所不同；

③该外企咨询顾问在对管理教练行为的感知与工作倦怠程度之间存在显著负相关关系。同时，该群体管理教练行为的某些维度对工作倦怠的某些维度会产生一定负向预测作用。

针对分析得到的结论，本研究提出了在企业中建立更加有深度的管理教练制度，以缓解工作倦怠状况，提高工作绩效的建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 潘方方

A3 邓红平

PB 华中师范大学

T1 房地产开发企业的信息需求与信息咨询服务效用研究

CL 硕士

YR 2013

K1 房地产开发企业;信息需求;博弈;信息咨询服务

real estate development enterprise;;information need;;game theory;;informational consulting service

AB 房地产行业是我国的支柱产业,开发企业作为房地产市场经济活动主体,要想在市场的竞争中脱颖而出,除了传统的产品竞争以外,还需要在决策时机的把握上取得胜利,这就需要开发企业及时掌握市场相关经济信息的动态以及对经济信息有敏锐的观察度。而作为房地产中介服务行业之一的房地产信息咨询恰好能为开发企业提供此类服务,可以称之为开发企业的“外脑”。目前,国外信息咨询的发展已经较为成熟,而在我国的发展却处于起步阶段。因此,促进房地产信息咨询的发展将有效促进房地产市场的良好发展。

本文分析房地产各开发企业在房地产一级土地市场的招标和拍卖中的竞争以及二级市场中的产量竞争,房地产开发企业与政府之间的博弈以及房地产开发企业与代理企业之间的委托代理模型。文章试图发现开发企业在各博弈中的劣势地位。分析发现开发企业在土地市场中竞争会导致其陷入囚徒困境,在二级市场中库诺特寡头竞争会使得总产量不高；而开发企业与政府博弈会使得开发企业与政府有合谋倾向,最后在开发企业与代理企业的博弈中,代理企业由于处于信息优势地位,如果开发企业监管不力,就很容易导致代理企业从事风险代理行为。

开发企业陷入上述困境归根结底的原因,就是开发企业对信息掌握的不完全,导致其处于一定的被动地位。信息咨询公司的出现恰好能帮开发企业解决这一问题。有了信息咨询公司的协助,开发企业就都能取得一定的信息优势,一级市场中信息收集成本的降低会促使其利润空间得到提高,从而开发积极性提高；二级市场各企业的竞争中,获得了信息咨询服务后的开发企业成为了市场的领导者,斯坦科尔伯格的寡头竞争模型分析指出,领导者的市场占有率和利润率均教高；此外,开发企业信息掌握更完全也降低了代理企业从事风险代理的概率。

最后结合我国房地产信息咨询发展的实际,本文建议在大力发展房地产信息咨询的同时应该注意要及时建立相关的法律法规；要提升从业人员的素质；并应该有专门的监管机构,监督行业的诚信发展。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 罗巍

A3 毕新华

PB 吉林大学

T1 瑞琳国际商务咨询服务有限公司核心竞争力提升对策研究

CL 硕士

YR 2013

K1 咨询服务;中小企业;核心竞争力;企业文化;创新

Advisory services;;small and medium-sized enterprises;;core

competitiveness;;corporate culture;;innovation

AB 从上世纪九十年代以来，全球经济进入了快速的转型期，产业结构已经明显的向服务型经济转型，并且实现了从发达国家不断的向发展中国家扩展的趋势。改革开放30多年来，我国的服务业获得了快速的发展，其中咨询服务业更是发展迅猛。但是应该看到我国的咨询服务业水平与发达国家还是存在很大的差距和不足的，尤其是在后危机时代，我国的经济发展与资源环境，以及发展成本日益高昂的情况下，众多地区经济发展与资源、能源约束的矛盾越来越突出，发展成本日益提高。在此情况下，新型的咨询服务业对调整产业结构，以及增强企业竞争力具有重要的作用。从经济发展的内在要求看，咨询服务业可以为经济的发展，以及区域性的经济竞争提供良好的契机。加快咨询服务业，可以促进服务业在经济比重中的地位。同时需要在咨询和服务业方面进行积极的理论创新，在理论先行的情况下，顺应从工业化经济向服务型经济的快速转变，加快我国服务业在理论方面的创新具有积极和深远的意义。本论文以分析瑞琳国际商务咨询服务有限公司企业竞争能力现状，核心竞争力现状，存在的主要问题，产生这些问题的主要原因入手，深入分析该公司面临的实际情况，以解决该公司核心竞争力提升为目标，通过对此公司的分析针对国内咨询服务业的现状，提出适合目前国内咨询服务企业构建核心竞争力的具体策略与评价模型。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王凤娟

A3 单承戈

PB 西南交通大学

T1 咨询公司客户关系管理的数据挖掘分析

CL 硕士

YR 2013

K1 咨询公司;客户关系管理;数据挖掘;客户分类;交叉销售

Consulting firm;;Customer relationship management;;Data mining;;Customer classification;;cross-selling

AB 服务业不断发展,咨询行业作为服务业的一种,也逐渐体现出行业的价值。在面对市场上的激烈竞争,获得新客户的成本越来越高,于是咨询公司开始重视现有客户的发展。在过去与公司发生过交易行为中保留下来的数据对公司来说是十分宝贵的,如何找到重要客户、潜在客户,识别低价值客户,并在他们身上发现交叉销售的机会,已经成为企业不可忽视的课题。

本文对咨询公司借助客户关系管理(Customer Relationship Management:CRM)工具,就如何通过数据挖掘实现客户价值识别和交叉销售展开了理论和实践的探讨。文章首先对客户关系管理系统和咨询公司做了简单的介绍,在总结了咨询公司的行业特殊性的基础上,分析了咨询公司实施客户关系管理系统的必要性和优劣势,阐述了咨询公司客户关系管理系统的选择方式和实施特点；接着,分析了数据仓库与数据挖掘在客户关系管理系统中的应用,指出数据挖掘的目的对咨询公司来说主要可以运用到公司的客户分类和交叉销售,并提出了客户分类模型和关联分析模型；最后,利用Y咨询公司案例做了详细的实证分析,介绍了Y公司现有的客户分类和销售策略,设计了适合Y公司的客户关系管理系统,并对Y公司的实际数据重新进行了客户分类和产品关联分析,指出客户分类和销售策略的制定要以科学的方法为支撑。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张冬青

A3 单承戈

PB 西南交通大学

T1 电子商务环境下咨询企业新运营模式交易控制机制研究

CL 硕士

YR 2013

K1 咨询行业;业务外包;电子商务可靠性交易

consulting firm;;outsourcing;;the reliability transactions of E-commerce

AB 现代服务业是未来经济发展的战略制高点,能够依托密集的智力优势为生产企业提供强有力的智力支撑,而咨询行业作为现代服务业中运用知识的翘楚,利用业务制运营模式开展业务,可以显著提升客户企业的市场竞争力,帮助客户企业实现长远发展。

本文首先分析了项目制运营模式的开展步骤和取得成功的关键因素,并结合其特点指出了项目制模式在客户个性化需求反应上的严重不足,然后从新时期客户需求的变化出发,归纳出咨询公司对新运营模式的主要需求。鉴于本文来源于一个实际的信息系统项目,因此文章在新运营模式需求的基础上,结合系统分析方法和供应链联盟及业务外包思想构建了新模式——业务制运营模式的主要流程,而后用一个咨询公司的业务实例展现了业务制运营模式在实际中的运用。

虽然新运营模式能够满足客户个性化需求,但是同时也给交易过程带来了更大的复杂性和变动性,为了方便业务制运营模式的使用,文章在电子商务交易平台的基础上,将整个交易过程划分为业务申请期和业务处理期,并在公司常用的会计账务指标的基础上,重新设立了信息系统的财务控制指标,利用信息系统实时快速的传递交易信息,构建了以财务控制指标为核心,业务控制流程为依托的电子商务可信交易技术。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 郑雪丽

A3 郭少友

PB 郑州大学

T1 中小型管理咨询机构知识管理应用研究

CL 硕士

YR 2013

K1 知识管理;管理咨询;业务流程;知识流程

knowledge management;;management consulting;;knowledge process;;

business process

AB 管理咨询作为信息咨询的一个重要方面,在现代企业决策中发挥着越来越重要的作用,管理咨询行业属于知识密集型行业,因此管理咨询机构的知识管理就显得非常重要,国内外著名的管理咨询公司都通过知识管理的应用提高了竞争力。由于中、小管理咨询公司与大型咨询公司相比,在质量上有一定的差距,比如人员,硬件设施,以及行业知识基础等,如何利用知识管理提升竞争力,对于中国的每一家管理咨询公司,尤其是对于大量的中小型管理咨询公司,是必须解决的重要问题。

因此本文在分析国内学者对管理咨询机构知识管理应用策略研究的基础上,借鉴国外管理咨询公司知识管理应用方法,针对我国众多中小型管理咨询机构,分析其自身特点和知识构成,并从流程视角分析中小型管理咨询机构实施知识管理的影响因素,中小型管理咨询机构的知识流程和业务流程以及他们之间的映射关系；在基于中小型管理咨询机构的业务流程和知识流程融合的基础上,提出中小型管理咨询机构的知识管理体系,从知识管理系统和知识管理理念这两个方面提出知识管理应用的解决方案,包括知识管理系统的选择,以及为了保障其在中小型管理咨询机构当中的实施,制定的内部规章制度和企业文化保障；最终以河南省欧英明德管理咨询公司这一中型本土管理咨询机构为研究对象,设计出具体的实施和运行方案。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 洪峰

A3 段华洽

PB 安徽大学

T1 G管理咨询公司绩效管理优化研究

CL 硕士

YR 2013

K1 绩效管理;咨询公司;目标管理;关键绩效指标法

Performance Management;;Consulting Company;;Target

Management;;Key Performance Indicator

AB 现代人力资源管理理论将人力资源管理系统划分为八大独立的模块,分别为组织结构设计、员工招聘与甄选、培训、薪酬福利管理、绩效管理、劳资关系管理、职业生涯规划、企业文化建设。在人力资源管理系统的八大模块中,绩效管理一直被看成是人力资源管理的中枢和关键。作为对人力资源素质要求很高的管理咨询公司,有效的绩效管理尤为重要。有效的绩效管理对公司的发展有重要的推动作用,同时也是咨询公司提高竞争力的重要手段。

绩效管理提供的不仅是简单的测评或考核手段,而是作为管理者为确保员工工作活动和产出与组织目标保持一致而实施的管理过程,更重要的意义在于改进工作业绩,激励员工斗志,并最终实现组织战略目标。本文探索尝试找出符合中国咨询公司的人力资源绩效管理的具体解决办法,设立一个合理的绩效管理体系,使之具有科学性、实用性,以期对目前咨询类企业的绩效管理提供一些有益的思路,在具体方法上提供一定的参考。

G公司成立于2010年,为客户提供财务、税务、内部控制、战略、人力资源等咨询服务。G公司现在员工50人,其中硕士研究生占33%,本科约68%。咨询团队以年轻成员为主,已形成有序的人才阶梯,其中40岁以上6人,30-40岁16人,30岁以下28人。G公司实行年度考核,重点考核员工的工作贡献、工作表现、业务水平、工作业绩、团队精神、道德品质等,并将考核结果作为员工职务调整、年终奖金发放的重要依据。为此,G公司配套拟定了岗位工作说明书,培训计划,并完善了薪酬体系。

本文基于G公司绩效管理优化的实证研究,总体论文框架为五个部分,具体为：

第一部分引言,描述本文的研究背景和意义,国内外关于绩效管理的研究现状及国内绩效管理现状,并提出本文的研究思路方法和研究的创新点。

第二部分绩效管理的相关理论与方法,绩效管理相关概念及理论综述,在介绍绩效管理相关理论的基础上,指出绩效管理与绩效考核的主要区别,阐述了绩效管理在人力资源管理中的地位和作用；同时界定了咨询公司的概念,阐释了咨询公司人力资源的特点和绩效管理的特点。

第三部分G公司的绩效管理现状分析,从G公司的绩效管理管理实际出发,分析G公司基本情况包括人员情况以及绩效管理现状,并对绩效相关的岗位及薪酬情况作了简单介绍,重点描述G公司绩效管理的作法与经验、存在的问题,并对问题进行原因剖析。

第四部分G公司绩效管理优化与实施,针对公司绩效管理存在的问题,设计绩效管理优化方案,包括绩效管理优化目标、原则、着力点、实施条件,主要介绍绩效管理的优化要点,分为管理人员目标考核、项目考核、工时考核、综合考评四个环节,为全面推进绩效管理措施,G开展了岗位规范、绩效面谈、人员开发、薪酬福利等配套措施,以及相应的绩效管理优化组织、制度、文化、培训等保障措施。

第五部分结论,总结主要结论,并分析待进一步研究的问题,提出研究展望,比如：如何利用绩效管理激发咨询企业研发项目团队的创新精神、如何使研发团队成员相互之间形成竞争机制来改善绩效、如何有效发挥评估者本身的正面影响力去推动绩效管理、在实际绩效管理过程中,如何真正了解并及时疏导不同部门员工的心理问题等。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李秋艳

A3 梁洨洁

PB 天津大学

T1 管理咨询公司的隐性知识管理研究

CL 硕士

YR 2013

K1 管理咨询公司;隐性知识;隐性知识的管理障碍

management consulting company;;tacit knowledge;;tacit knowledge

management barriers

AB “知识就是力量”是英国著名的哲学家培根在17世纪时的一句名言.在21世纪知识时代发达的今天，知识更是决定了新的财富的分配格局。管理咨询公司作为典型的知识型企业也面临着机遇和挑战并存。由于管理咨询公司中的知识90%以上都属于隐性知识，隐性知识的管理决定着管理咨询企业的核心竞争力。面对咨询企业越来越激烈的竞争环境，怎样提高对自己企业隐性知识的管理，使自己在管理咨询公司中脱颖而出成为一个值得研究的课题。

隐性知识的管理过程不是一帆风顺的而是充满了障碍，在实践中由于一些主观或者客观的原因造成隐性知识管理的障碍。隐性知识的管理主要包括识别、开发利用和保有创新三个方面。本文从隐性知识特征障碍、管理者价值观障碍、隐性知识转移障碍、隐性知识共享障碍、隐性知识的保有障碍、隐性知识的创新障碍等这六个方面进行了分析，并且给予相应的解决策略。

管理咨询公司通过一定的措施消除隐性知识管理中存在的障碍，可以很好的实现对隐性知识的管理，提高企业的核心竞争力。隐性知识的管理必须和自己企业的实际情况相结合，不同的情况要采取不同的隐性知识管理方法。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘学强

A3 王亚欣

PB 中央民族大学

T1 天津滨海创联教育咨询服务有限公司服务营销策略研究

CL 硕士

YR 2013

K1 滨海创联教育咨询服务有限公司;服务营销;营销策略

Coastal Chuanglian education consulting services

limited company;;Service marketing;;Marketing strategy

AB 随着市场经济的快速发展,企业所面临的竞争越来越激烈。企业所处的生存环境同以往相比已经变得更加的严峻,大多数的产品都面临着同质化的危险。在这样的情形下,企业赢得客户的一个重要砝码就是企业的服务质量,为此企业客户质量也成为企业管理的一大亮点。客户服务管理从最初的用来掌握客户信息的手段,已经演变为当前企业流程管理的重要方式,对企业的管理产生了重要的影响。在当前竞争激烈的环境中,企业要想获得持续的竞争优势,必须以客户需求为基础,不断的开发出适合客户需求的新产品,提供差异化的服务,才能提升客户的满意度,从而提高客户的忠诚度。客户服务管理手段也从原始的手动方式,转变为当前的信息技术管理方式,通过信息系统来动态、及时的掌握、追踪和分析客户信息,为企业决策提供信息基础。了解更多的客户信息,与客户进行双向式的沟通,为他们提供更具针对性的服务,以不断增加其重复购买率,争取使之成为企业的忠诚客户,才是企业经营的关键所在。为此,有效的管理服务管理应该注重对质量的高效管理。

当前企业所面临的竞争环境越来越激烈,加强服务营销水平是不可缺少的环节,为此,本文以滨海创联教育咨询服务有限公司为研究对象,对该公司服务营销进行研究。当前该公司由于服务营销水平有限,有必要加强服务营销水平的锻炼和提升,从而为公司进—步发展突破瓶颈。本文以该公司作为研究对象,以服务营销为手段,通过系统化的服务营销理论研究和应用,从而为该公司提升服务营销水平而提供思路。本文借鉴国内相关教育培训公司的成功经验和国外培训公司培训项目的服务营销策略的制定,提出加强创联公司实施服务营销管理水平的对策和建议,并给出相应的问题分析方法,针对存在的问题提出一些具有实践性的研究方案,为我国教育培训行业提供借鉴和参考。并接着讨论为对策建议的完美实施所需要的各种保障性的服务营销策略。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 宋晟欣

A3 潘思谕

PB 广西大学

T1 中外管理咨询企业战略联盟的模式选择及绩效提升策略

CL 硕士

YR 2013

K1 中外管理咨询企业;战略联盟;联盟模式;联盟绩效

Chinese and foreign management consulting enterprisesstrategic alliance;;alliance;;alliance performance

AB 近年来,随着知识经济与全球化经济的发展,中国的企业在全球化环境的影响下得到了充分的发展,进而直接推动了管理咨询企业的蓬勃发展。但是在环境与行业发展的双重影响下,越来越多的中国企业参与了国际性活动,这也导致了中国的管理咨询企业不可避免的参与到国际性市场中的竞争。然而对国际环境的不熟悉、自身企业发展规模与水平不足等原因,都会影响中国的管理咨询也在国际市场中的行为,因而中国的管理咨询企业有必要通过与外国优秀的管理咨询企业进行战略性联盟,通过联盟来实现企业自身的发展,加快企业的发展速度。

本文对国内外关于国际战略联盟进行文献分析和资料收集,总结了中国管理咨询企业现阶段的发展现状与发展特点,并从外部与内部两个方面去分析与外国管理咨询企业结盟的动因,在前人的基础上,提出了四种国际战略联盟模式,采用德尔菲法为中国的管理咨询企业选择了现阶段最适合的联盟模式。

本研究表明,中国管理咨询企业通过选择适合的联盟模式,并采用有效的联盟提升策略,可以有效的完成联盟目的。这个研究成果对于中国管理咨询企业在进行国际化联盟中具有一定的指导意义和现实意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 余霞

A3 张巍

PB 重庆大学

T1 全过程造价咨询业务的风险点识别研究

CL 硕士

YR 2013

K1 全过程造价咨询;业务风险;风险点识别;案例

Whole Process Cost Consultation;;Business Risk;;Risk Point Recognition;;Case

AB 由于全过程造价咨询涉及的标底金额较大，咨询周期较长，不确定因素较多，造价咨询单位在接受全过程造价咨询业务的时候会面临着各种各样的风险。造价咨询单位要圆满的完成全过程造价咨询业务，实现其可持续发展的战略目标，就需要有效防范全过程造价咨询业务风险，在各个阶段把风险的影响因素降到最低，提升抗风险的能力。在这种形势下，建立专业的风险管理制度，已成为工程造价咨询行业内的一个共同话题，也是当前面临的一个难点问题。

本文首先对国内外全过程造价咨询研究现状进行了系统论述，阐述了研究全过程造价咨询业务风险的必要性和重要性。论文在探究全过程造价咨询相关理论的基础上，详细描述了全过程造价咨询业务在主要阶段（决策、设计、实施、竣工）的工作重点。然后将全过程造价咨询业务风险按形成的阶段不同进行了分类和阐述。

论文主要在理论分析和文献研究的基础之上，采用流程图分析法和专家会议法，识别出全过程造价咨询业务在不同阶段所面临的36个风险控制要点，包括其中比较主要的阶段，即决策阶段、设计阶段、实施阶段、竣工阶段的咨询过程中面临的风险控制要点，给出相应的风险控制目标、风险控制措施，并且明确了造价咨询单位对于上述风险进行控制的岗位要求。然后运用“二八法则”识别出了全过程造价咨询的4个重点风险，并对其提出了风险防范措施。最后，通过实际案例证明了本文对于工程造价咨询单位更好的开展全过程造价咨询业务具有理论和实际操作的指导意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 史杨

A3 王琳

PB 广州大学

T1 完善公共决策中专家咨询制度的路径探究

CL 硕士

YR 2013

K1 公共决策;专家咨询;专家咨询制度

Public decision-making;;Expert consultation;;Expert consultation

system

AB 伴随着经济政治全球化的历史潮流，经过三十多年的改革开放，我国政府社会管理体制发生了重大变革，科学行政和民主行政成为发展现代行政的两个主要目标，公共决策的科学性和民主性也日显重要。在传统的经验决策被科学决策取代，个人决策被民主决策取代的新时期，现代公共决策对知识和技术的需求日益增长，而政府决策者和公众在理性上、专业知识上的局限性也越发明显。专家作为在某一领域对知识、技能有特长的人才，其专业知识和专业技能可以弥补政府信息不足，为公共决策的科学性和民主性提供有力保障。

专家作为知识和信息的重要载体，在政府公共决策中扮演着重要的角色。近年来，我国政府对公共决策中的专家咨询制度进行了大量的探索和实践，积累了许多宝贵经验。但是，我国的专家咨询制度与西方发达国家相比，仍有很多不足之处，专家咨询的功能也没有得到充分发挥。基于此，本文以我国公共决策中专家咨询制度的发展状况和存在的问题为视角，借鉴西方发达国家的专家咨询制度的经验，对建立和完善我国专家咨询制度进行理论探讨。

论文分为五部分：第一章为绪论。在阐述选题缘由与意义、研究的文献综述、研究方法与创新点的基础上引入课题。第二章为概念界定。对公共决策和专家咨询制度等核心概念释义，并分析了建立和完善专家咨询制度的必要性和可行性。第三章是分析借鉴。本章针对国外公共决策中专家咨询制度的发展状况进行评析，指出其可供借鉴参考之处。第四章是现实考察。本章回顾了我国公共决策中专家咨询制度的发展历程。并结合我国公共决策中专家咨询制度建设的实践探索，指出其存在的问题。第五章是对策探讨。针对第三章的借鉴之处和第四章指出的问题提出完善我国公共决策中的专家咨询制度建设的具体对策。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 邸轶

A3 刘杰

PB 上海社会科学院

T1 美国智库的对外决策功能研究

CL 硕士

YR 2013

K1 智库;对华政策;中美经贸关系

Think Tanks;;The U.S.'s Sino Policy;;Sino-American economics and

trade relations

AB 作为非官方、非盈利的政策研究机构,智库的研究涉及方方面面。智库对于美国政策制定也起着重要的影响,是美国政策制定中的一个有机的组成部分。奥巴马执政后,中美经贸关系进入了争议与摩擦不断的新阶段,智库对于中美经贸关系也做了详尽与客观的研究,对奥巴马政府提出各种政策建议,并且对既有政策提出调整意见。对于美国制定对华经贸政策起着不可替代的作用。本文运用样本分析法,选出五个美国智库中在综合研究以及国际经济研究方面表现卓著的智库,列举出各大智库对中美经贸领域热点问题的不同看法,并且从奥巴马政府的政策实践中反映出智库学者观点对于塑造美国对华经贸政策的影响。最后本文对中美进行智库交流提出了建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 高群

A3 刘文祥

PB 湖北大学

T1 智库对美国公共政策的影响

CL 硕士

YR 2013

K1 智库;胡佛研究所;公共政策;影响力

Think-Tank;;Hoover Institution;;Public Policy;;Influence

AB 智库是为政策制定者提供有效信息、专家意见和多种可供选择的方案的特殊的独立机构,在公共政策制定中充当决策外脑的角色。美国是智库发展最为成熟的国家,拥有大批颇具影响力的智库,胡佛研究所便是其中最为著名的智库之一。

自1919年成立以来,胡佛研究所从专注战争资料收集的图书馆过渡为一个颇具影响力的政策研究中心,对美国的公共政策制定有着不可忽视的影响。在政权交接的特殊时期,胡佛研究所积极协助总统候选人里根、乔治·W·布什等参加总统竞选,携手进军白宫政策圈；在一般时期,胡佛研究所专注客观、真实的政策研究,为政策制定者提供中立、权威的政策建议。无论是在政权交替的特殊时期还是在一般时期,胡佛研究所都通过各种渠道将自己的研究成果传递并渗透到美国政策体系中。

对于政策研究机构而言,成果的产出和成果的推销同样重要。所以,胡佛研究所一方面将大量的精力投入到政策研究中,以期待产生高质量的研究成果,另一方面,它积极处理好与媒体的关系,争取拥有更高的媒体曝光率。凭借高质量的研究成果和高水平的成果推销机制,胡佛研究所在电视、报纸、杂志上拥有较高的关注度,通过影响大众舆论来向政策制定者传递先进的政策思想。除此之外,胡佛研究所也抓住国会听证的大好时机,积极发言,近距离地影响国会议员从而推进政策的形成。

通过胡佛研究所参与美国总统竞选历程的案例陈述,我们发现该研究所的确在里根与乔治·W·布什的政治生涯中扮演了不可替代的角色,这种影响力超越了简单的数据分析。同时,从胡佛研究所被媒体援引的次数以及该研究所的员工向议会和国会委员会陈述观点的频率中,我们了解到胡佛研究所的确对美国政府的政策议程施加了一定的影响。但是这种定量的标准是否能准确评估某个智库的影响力道目前为止尚未在学术界形成定论。不过,尽管如此,通过研究胡佛研究所在总统候选人竞选时期的突出表现以及它的媒体曝光率和国会发言次数的统计数据,我们可以为胡佛研究所对美国公共政策的的影响力研究提供某些依据。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 周具全

A3 曹华林

PB 重庆理工大学

T1 管理咨询监理机制研究

CL 硕士

YR 2013

K1 管理咨询;管理咨询监理;监理过程;管理咨询监理机制

Management Consulting;;Management Consulting Supervision;;Supervision

Process;;Management Consulting to Establish Mechanisms

AB 管理咨询是针对企业某一具体管理问题而进行的服务活动。随着我国管理咨询项目规模和范围的逐渐扩大，其整体上取得了良好的企业经济效益和行业效益。在企业管理、公司治理、促进社会和经济发展等方面的优势也逐步显现。但作为我国服务领域的新生事物，在其发展过程中无可避免的出现了一些问题。例如相关的法制法规不完善、管理咨询流程不严密、管理咨询行业市场混乱等等。这些问题不仅影响了我国管理咨询本身作用的发挥，也为逆向选择现象的产生提供了条件，同时也影响了管理咨询行业健康的发展。这些问题的滋生必然要求建立一个有效的管理咨询监理机制。

管理咨询监理机制依据监督主体的不同，分为控制机制、协调机制、约束机制、保障机制。管理咨询监理是对管理咨询公司行为的专项监督，由专业团队和专业人员依合同规定实施活动的真实性、合法性进行监督和评价，以维护需求方的经济利益，提高项目资金使用效率。管理咨询监理必要性体现在其本身是管理咨询相关制度健全完善的重要组成部分，是管理咨询公司、需求方实现效益的有效途径，是管理咨询行业建设的需要。作为管理咨询行业制度设计中不可或缺的环节，管理咨询监理机制的健全建立势在必行。

本文在对管理咨询监理机制进行全面论述的基础上，借鉴其他行业监理的先进经验，重点研究了管理咨询监理的发展与特征、监理流程及管理咨询监理机制的构建，并结合目前行业情况分析，针对管理咨询监理需要完善的内容和面临的问题，提出了完善管理咨询监理机制的对策和建议，从而为解决管理咨询监理中的问题提供理论指导和管理咨询监理机制可行性的实践支持。

本文在理论概述的基础上，以管理咨询监理的视角，按照管理咨询流程，可行性论证，招、投标阶段，合同的签订，评审计划方案，协助项目实施及方案验收，最终提交方案的实施，结合控制机制、协调机制、约束机制、保障机制进行综合分析。

最后，在分析我国构建管理咨询监理机制面临的问题基础上，提出完善我国管理咨询监理机制的对策和建议。重点在健全管理咨询的相关法律法规、进一步完善管理咨询监理机制、需要建设高素质的管理咨询监理人才队伍。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 吕东

A3 刘文祥

PB 湖北大学

T1 提升中国智库对公共政策影响力的对策研究

CL 硕士

YR 2013

K1 中国智库;公共政策;智库影响力

Chinese think-tanks;;public policy;;the influence of think tanks

AB 进入二十一世纪以来,处于转型期的中国面临着国际竞争剧烈、贫富差距过大、环境污染严重等各种各样的问题,在这种复杂的国际国内环境之下再加上信息化和全球化带来的信息量爆炸性增长使得制定公共政策的成本和难度的增加了。而对提高公共政策的科学性和民主性有巨大作用的智库在我国对公共政策的影响力却不及国外智库那么大。在此背景之下,本文运用文献研究法、实证研究法、比较研究方法等方法通过对国内国外智库的研究,试图通过对国内智库现状的了解以及国外知名智库先进之处的借鉴来找出提升中国智库对公共政策影响力的方法,从而提高公共政策的科学性和民主性来为社会主义现代化建设服务。

论文首先对国内外关于智库的研究做了综述并对文章中的相关核心概念做了界定。其次,对中国智库的发展状况做了介绍。再次,本文总结了制约中国智库在公共政策过程中发挥影响力的问题,主要有中国智库的内部环境缺陷制约了其影响力的发挥；政府和民众没有为中国智库影响力的发挥提供好的作用环境；中国的非营利组织发展落后制约中国智库影响力的成长；中国智库的国际影响力不强；中国智库的品牌影响力缺失；中国智库在政策评估环节影响力薄弱。最后,针对这些问题,分别从相对应的方面探讨了解决对策。

总体来说,中国智库的发展潜力巨大,其对公共政策的科学性和民主性的提升作用也是无穷的,本文作者希望通过提升中国智库对公共政策的影响力来促使公共政策科学性和民主性提高的同时也使得中国智库为祖国发展贡献出自己的力量。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 朱自珍

A3 王海军

PB 华中科技大学

T1 咨询业服务供应链绩效评价与实例研究

CL 硕士

YR 2013

K1 咨询业;服务供应链;绩效评价;三角模糊数;实例研究

consulting industry;;service supply chain;;performance evaluation;;triangular fuzzy number;;case study

AB 随着经济的不断发展，服务业在国民经济中的地位日益突出，服务供应链逐渐成为供应链管理中的研究热点。咨询业作为一个新兴的典型服务业，对其供应链的研究一直存在空白。在日益激烈的咨询业市场竞争中，一个完善的咨询业服务供应链绩效评价体系可以帮助企业明确供应链发展状况，帮助其为客户更好的服务，提高整个供应链的竞争力。

本文首先阐述了咨询业的定义和特点，分析了我国咨询业现状，同时对国内外服务供应链和供应链绩效评价的理论和文献进行了回顾和整理。其次，在理论研究的基础上，建立了咨询业服务供应链模型，结合平衡计分卡理论，初步建立了咨询业服务供应链绩效评价指标，同时采用实证研究的方法，发放了问卷并用SPSS17.0对问卷进行了分析，以筛选和净化指标，得到最终的咨询业服务供应链绩效评价层次指标。再次，采用基于三角模糊数的层次分析法，形成了咨询业服务供应链绩效的综合评价模型。最后，本文采用一个咨询企业服务供应链实例，对以该咨询企业为核心的服务供应链的绩效进行了综合评价，对评价结果进行了分析和总结，不仅验证了该方法的科学性和实用性，也对该咨询企业服务供应链的发展提供了有价值的启示。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘力源

A3 董裕平

PB 中国社会科学院研究生院

T1 管理咨询公司的知识管理及组织结构设计研究

CL 硕士

YR 2013

K1 知识管理;组织结构;核心竞争力

knowledge management;; organization structure;; core

competitiveness

AB 随着市场经济的发展，我国经济体制和结构不断转变，服务产业逐渐成为我国经济发展重点，其中，管理咨询行业作为新型服务产业，更是被纳入我国“十二五”规划重点支持和扶植的对象。我国的管理咨询行业发展已经有近三十年的历史。然而，从上世纪末开始，国外著名管理咨询公司进入中国市场，并依赖自身的优势逐渐占据了大量市场份额。近年来，随着我国政府的大力支持，国内管理咨询公司在面临着诸多挑战的同时，也终于迎来了前所未有的发展机遇。管理咨询公司是典型的知识密集型企业，知识管理是管理咨询公司的核心竞争力，以知识管理为核心的组织结构能够有效促进知识管理工作的开展。

本文从国际著名管理咨询公司入手，深入分析国际著名管理咨询公司的知识管理和组织结构现状，归纳总结国际著名管理咨询公司的知识管理和组织结构优势。在对国际著名管理咨询公司的知识管理和组织结构分析时，选取在知识管理方面具有代表性的汉密顿、麦肯锡，在组织结构方面具有显著优势的IBM咨询作为研究对象进行深入、细致的剖析。以国际著名管理咨询公司的优势为基础，对我国管理咨询公司的知识管理及组织结构进行深入解读，总结目前我国管理咨询公司知识管理及组织结构存在的问题，同时分析问题存在的原因。在研究我国管理咨询公司的知识管理和组织结构的问题和原因时，笔者以具有显著代表性的A咨询公司作为为例说明我国管理咨询公司知识管理和组织结构存在的一些共性问题及深层次原因。同时借鉴国际著名管理咨询公司成功经验的，为我国管理咨询公司知识管理及组织结构的建设提出一些合理化建议。

本论文主要有五部分组成：第一章介绍了选题背景、研究意义、研究方法和论文的框架结构；第二章阐述有关管理咨询公司知识管理和组织结构的相关文献；第三章探讨我国管理咨询公司知识管理和组织结构存在的问题及原因；第四章论述麦肯锡基于知识管理的学习型组织、汉密顿的知识管理，IBM咨询公司的组织结构；第五章参考第四章的成功案例提出我国管理咨询公司知识管理及组织结构建设的对策建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 肖珊

A3 傅广宛

PB 华中师范大学

T1 我国政府决策咨询机构的政策学习问题研究

CL 硕士

YR 2013

K1 政府决策咨询机构;政策学习;优化

Government decision-making consultation institutes;;Policy learning;;Promotion

AB 在文化成为国家核心竞争力的今天,学习已成为世界各国当下的主旋律。政府及其“智囊”政府决策咨询机构也不例外,目前政府决策面临的环境日渐复杂,它需要提升自身制定公共政策的能力以应对各种挑战。而政府决策咨询机构的主要作用就是为政府制定政策和进行决策提供保障,如何提升这种保障?这在很大程度上取决于政策学习的推动。政策学习这一概念来自于公共政策领域,它作为政策变迁或政策创新的一个诱因,愈来愈受政策制定者的重视。对政府决策咨询机构的政策学习问题进行研究,对我国政府决策咨询机构的科学化和民主化具有一定的理论意义和实践意义。目前,我国政府决策咨询机构的政策学习正在进行,但其中也存在着不少问题。本文主要探讨我国政府决策咨询机构的政策学习问题。论文的第一部分首先对政府决策咨询机构的政策学习进行理论梳理,归纳出它的特征及本质、内容及方法、组织网路环境及利益驱动机制。在此基础上探讨政府决策咨询机构进行政策学习的必要性和重要性,接着分析我国政府决策咨询机构在政策学习过程中遇到的问题及其成因。在第四部分主要是对国外政府的政策学习状况进行分析,并总结经验教训。最后,在组织学习理论的指导下,结合我国政府决策咨询机构政策学习存在的问题和国外咨询机构政策学习的经验,提出我国政府决策咨询机构政策学习的完善对策,从而达到提高政策学习效果的目的。本文从政府决策咨询机构的政策学习视角来研究问题,具有一定的创新性。目前,有关政府决策咨询机构政策学习问题的研究散见于其他类型的文献研究之中,并没有对其进行系统分析。本文首先对政府决策咨询机构的政策学习进行理论梳理,在此基础上分析我国政府决策咨询机构政策学习存在的问题及其原因,并积极探索政策学习的优化对策,具有较强的实践意义。此外,运用定量分析和定性分析相结合的方法研究政府决策咨询机构的政策学习问题具有一定的创新性。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 孙芳明

A3 赵瑞美

PB 青岛科技大学

T1 管理咨询业项目经理的胜任力研究

CL 硕士

YR 2013

K1 胜任力;管理咨询业;项目经理;绩效

competency;;management consulting industry;;project manager

performance

AB 伴随着知识经济时代的到来,社会变革和重组的需求越来越迫切,企业间的竞争也越来越激烈。企业作为社会经济体的一份子,其自身也必然发生着诸多变化以应对前所未有的问题,当企业面临自身能力无法解决的问题时,管理咨询公司便是帮助企业解决问题、寻求发展的有力帮手。由此可见,管理咨询公司在某种程度上关系到企业的存亡。

当今社会,管理咨询等新兴行业的业务越来越以项目为基础,而管理咨询项目经理和他所带领的团队构成了管理咨询公司的竞争核心所在。因此,项目经理的个人能力建设不仅对其所属的管理咨询公司有重要作用,而且对行业的发展也起着重要的推动作用。

本文结合胜任力相关理论对我国管理咨询业项目经理的胜任力模型进行研究,运用O\*net-工作分析法、专家小组讨论法确定出管理咨询业项目经理的胜任力模型包括知识、技能和能力三大一级指标,三大指标下又包含着十个二级要素。并通过问卷调查法得到的数据进行SPSS统计分析,证明该胜任力模型与项目经理个人绩效之间的关系,即证明了模型下十个胜任力二级要素指标与九大绩效因子存在不同程度的相关性,从而说明所建立模型的有效性。最后,在总结的基础上,提出关于管理咨询业项目经理胜任力的研究展望。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 乐烁

A3 刘文祥

PB 湖北大学

T1 兰德公司发展经验与对我国智库建设的启示

CL 硕士

YR 2013

K1 智库;兰德公司;公共政策;影响力;独立性

Think tank;;The Rand Corporation;;Public policy;;Influence;;Independence

AB 智库是被西方国家称为第四权力的组织,它独立于政府、利益团体以及政党等力量,以政策研究为核心,以直接或者间接影响政府政策为目的,独立的公共研究机构。美国有世界数量最多的智库,无论从研究水平还是组织形态都已经相当成熟。

兰德公司是著名的从事综合性和预测性战略研究的智库,也是美国政府对华政策的主要咨询机构。兰德公司审时度势,关注国际热点,与政府保持密切联系,重视科学方法,保持独立性思考等等这些特点使得兰德公司在美国享有很高名誉。它是典型的合同型智库,很大程度上受制于美国政府,其研究结果主要采取直接向政府机构提交研究报告和年度报告形式,很少向一般大众公布研究结果,这正好与目前国内大多智库(官方智库)存在形式有一定的相似性。我们可以吸取兰德公司的在这种背景下如何保持独立性、如何制定出成功的政策、如何提高影响力等的成功经验。目前学术界对兰德公司的研究还非常不充分,现有的研究成果也很少单独涉及兰德公司在参与美国公共政策过程中的情况。

在当前错综复杂的国内国外形势下,各种问题和矛盾层出不穷。中国要想取得进一步的发展,实现跨越式飞跃,亟需建设一批具有中国特色的社会主义新智库。新一届政府务实求真,注重科学的决策行为,鼓励民间组织建设,这也是诞生中国的兰德公司最佳时机。本文简述兰德公司的形成背景,重点分析兰德公司参与美国公共政策,借鉴其成功经验,探讨建设具有中国特色的社会主义新智库,找出一条适合我国本土体制和国情的独立发展路径。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李德勇

A3 刘兴国

PB 南京理工大学

T1 LT咨询公司造价工程师执业风险管理研究

CL 硕士

YR 2013

K1 造价工程师;执业风险;风险识别;风险管理研究

Cost Engineers;;professional risks;;risk identify;;risk management

research

AB 建筑业的发展增加了造价工程师的执业广度和深度,由此产生大量和复杂的造价工程师执业风险问题。同时,造价工程师的执业内容涉及到大量资金,因此对造价工程师执业风险的约束非常重要,另外由于造价工程师的执业内容非常专业且复杂,所以对其执业风险的约束也非常困难。做好造价工程师风险管理的研究,不但有利于造价工程师执业规范、提高行业地位、发展工程造价咨询业,而且有利于规范建筑业活动与促进建筑业良性发展。

本文运用理论分析、规范与实例相结合、WBS研究法、图表分析、比较分析等研究方法,同时查阅了大量相关文献,以LT咨询公司为例深入而透彻地阐述了造价工程师在执业过程中所遇到的种种问题所导致的各种风险,并研究如何识别各种风险以避免执业过程中所带来的风险。根据我国咨询行业的实际情况,结合国内外先进的工程造价咨询管理经验,探讨适合造价工程师在工程造价咨询服务中的工作要点和管理方法,从而为LT咨询公司探讨造价工程师在执业过程中为控制与防范风险应采取的管理措施,最后提出在今后的造价工程师执业中要着重推广与执行的几点建议,从而更好地有利于造价工程师服务于工程造价咨询行业。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 吴晓亮

A3 吴世斌

PB 山西财经大学

T1 咨询业知识型员工绩效评估体系研究

CL 硕士

YR 2013

K1 咨询业;知识型员工;绩效评估体系

Consulting industry;;knowledge employee;;performance

evaluation system

AB 如今是知识经济时代，知识是经济发展最重要的资本，企业间的竞争重心已经从单纯的物质资本向知识资本转变。咨询公司是典型的知识密集型企业，知识型员工是知识资本的拥有者，是咨询公司的主体和核心资源，是咨询研究的最主要承担者。近20年来我国咨询业发展迅速，对咨询业从业人员的素质提出了新的要求。由于长期受旧的员工绩效评估体系以及咨询研究自身周期长、产业弱势、风险高、知识产权难保护等特点影响，造成了我国咨询公司知识型员工人才队伍不稳、流失严重、积极性不高等，一直是制约咨询公司发展的瓶颈。然而，目前针对知识型员工绩效评估体系的研究却不多见，而现行的一般绩效评估体系的思想和方法并不能直接应用于知识型员工的绩效评估体。

如何争夺、留住和充分发挥知识型员工的潜能，调动知识型员工的工作积极性，做到人尽其才、才尽其用，建立适用于知识型员工有效的绩效评估体系，成为决定咨询企业成败的关键。因此，新时期非常有必要针对咨询企业知识型员工的绩效评估进行科学系统的研究。

本文首先对咨询业的定义、特征及知识型员工等相关理论进行了阐述，从而为后续研究工作奠定了较好的理论基础。又对咨询业绩效评估现状进行了分析，总结归纳了其中存在的问题。进一步构建了咨询业知识型员工绩效评估体系，包括评估指标体系和评估方法等，并通过具体案例应用，验证了该评估体系的可操作性和实用性。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张小飞

A3 郑享清

PB 南昌大学

T1 ABS设计咨询公司绩效管理问题研究

CL 硕士

YR 2012

K1 绩效考核;绩效考核管理;方案设计

Performance evaluation;;the management of performance evaluation;;project design

AB 本文在介绍绩效管理相关理论和方法的基础上,对ABS设计公司绩效管理的现状及其存在的问题进行了收入分析,并根据ABS设计公司的实际情况,设计了新的绩效管理方案。文章主要得到如下结论：

1、对于ABS公司的绩效管理我们必须重新进行改善,只有重新建立合理化以及科学化的绩效管理体系,才可以保证公司的稳步发展,才可以实现公司的其他战略目标。

2、按照ABS公司的实际情况以及绩效管理理论对绩效管理进行重新设立,在设计新的绩效管理体系时,我们应该从下面几个方面进行入手：

(1)绩效计划。根据公司的实际情况,为公司设计出绩效管理的总体规划以及详细实施方针。在此同时,根据SMART原则,专门为公司制定公司绩效目标以及公司员工个人的绩效目标。同时,公司管理层要注意时常和公司员工进行有效的沟通,通过沟通讨论出实现绩效目标的方法、责任以及时间问题,并确定公司员工到底如何对绩效目标进行实施,实施的绩效目标能达到什么标准水平。

(2)绩效辅导。公司领导人员要时刻注意和公司员工进行绩效沟通,时刻收集和了解员工最近的绩效动态,并根据公司员工现有的绩效目标进行考评,然后根据考评结果进一步对员工绩效目标进行设计。

(3)绩效考评。对于公司来说,绩效考评这个环节对于绩效管理体系非常重要,通过对设计院以及整个设计行业的分析和研究,我们建立完善的绩效考核流程体系,公司的具体考核指标主要参考公司的实际情况以及行为观察量表的BOS和指标法的KPI。针对不同的员工分别进行考核,并在考核时严格按照考核设计标准进行执行,以此来保证绩效考核的有效性和科学性。

(4)绩效反馈以及完善。让公司员工通过绩效反馈了解到自身的绩效考核水平,并发表自己对考核结果的看法。绩效反馈可以明确的显示出各个员工在此期间的绩效目标情况。并根据考核结果对自己以后的绩效目标进行改进和完善。同时来要保持上下级沟通和交流,公司领导层要时常对员工传递出公司的目标以及公司未来的期望,这样有利于员工改进自己的绩效目标,让公司绩效目标和员工绩效目标同时进行改进和完善。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王伟

A3 卢晓君

PB 辽宁科技大学

T1 管理咨询机构营销策略研究

CL 硕士

YR 2013

K1 管理咨询;营销策略;咨询营销

management consultancy;;marketing strategy;;consultancy marketing

AB 随着经济全球化和经济一体化的发展，全球经济获得了高速的发展。为了要在激烈的竞争中立于不败之地，企业对于专业的管理技术、管理能力的需求越来越旺盛，咨询行业应运而生。我国的管理咨询行业，发展历史较短，从出现至今只有十几年的时间，但其发展速度惊人。尤其是最近几年，我国管理咨询行业，总体营业额每年以30%一50%的速度迅速增长，依据有关部分统计，过去的几十年里，中国企业管理协会统计为6000多家机构进行了咨询，在我国目前各类咨询机构总数超过三万家。

管理咨询行业在我国是一个朝阳产业，蕴含着巨大的市场潜力。我们可以从许多发达国家管理咨询市场发展历程，看到我国管理咨询市场未来前景。由于其还处于发展的初级阶段，因此在营销方面还处于探索阶段。因此，对管理咨询机构进行营销策略研究，对于咨询机构开拓市场、树立品牌，走出具有自己特色的咨询之路具有重要实践指导意义和现实意义。

本论文共分五个部分。第一部分首先阐述了论文选题的依据。对论文的研究背景、研究目的及研究意义进行了说明，并且对国内外管理咨询营销的研究现状进行了阐述。第二部分进行了相关的文献综述，对管理咨询进行了概述，分析了管理咨询营销与传统产品营销的不同点，为后文的分析了作了理论铺垫。第三部分是管理咨询机构行业的现状分析。对国内外管理咨询机构的发展历史、发展现状进行了研究对比，以我国的管理咨询机构为研究对象，采用PEST模型法对我国管理咨询业的宏观环境进行了分析，另外采用波特的五力模型对其行业环境也进行了分析，并且指出了我国管理咨询机构市场营销方面存在的问题，主要表现为四个方面：被动营销、追求短期利益、不注重实施效果；忽视广告在树立品牌的作用；不注重培育稳定的客户关系；从业人员素质有待提高；品牌意识差。第四部分结合我国管理咨询机构目前的营销策略进行分析，针对我国管理咨询机构存在的问题，在现有的营销策略的基础上进行完善，从管理咨询产品营销和管理咨询企业营销两个方面进行阐述。第五部分是实证分析，以A管理咨询公司为例，对其营销方面存在的问题进行了分析。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 马跃

A3 肖升

PB 辽宁大学

T1 沈阳加成咨询服务有限公司营销策略研究

CL 硕士

YR 2012

K1 移民;营销策略;外部环境

Immigration;;Marketing Tactics;;Exterior Environment

AB 随着全球经济的迅猛发展,文化交流的日渐紧密,人员流动和迁移也较以往日趋频繁。虽然现在移民中介行业乃至出入境中介行业已经被人们所熟知,但作为一个行业,其经营形式,管理方式,营销策略等行业内部的信息却依然不那么丰富,对于这个行业相关的研究课题也是少之又少。正是基于上述原因,作者作为一名在此行业内的从业人员,将研究重点放在这个冷门的行业上。

作为移民中介行业,市场外部环境的变化对于这个行业的冲击十分明显。从2008年开始,由于受到全球金融危机的影响,各个移民国家开始调整移民政策。作为移民行业中的一家优秀企业,沈阳加成咨询服务有限公司也不可避免的受到市场环境变化的冲击。正是在这样的背景下,如何针对这样的外部市场环境变化以及变化带来的冲击制定适合企业自身的营销策略对于这个行业中的每一个企业包括沈阳加成咨询服务有限公司都将是一个无法回避的难题。

本文将以沈阳加成咨询服务有限公司为例,通过作者本人多年来的从业经验和对移民中介行业的了解,结合最近数年中的市场变化情况,为沈阳加成咨询服务有限公司制定出符合自身特点,适合辽宁省市场现状的营销策略。本文将始终贯彻“理论结合实践相结合“的原则,在对市场充分调查研究基础上,对沈阳加成咨询服务有限公司的营销策略进行详尽的研究。运用比较分析和综合分析相结合的方式论述在外部经营环境发生巨大变化的情况下,沈阳加成咨询服务有限公司如何结合自身的实际情况和市场的变化情况制定出合理的营销策略,本文会对所提出的营销策略的可行性进行充分的分析和论证。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张敏

A3 辛立国

PB 山东大学

T1 节能咨询项目的质量管理研究

CL 硕士

YR 2012

K1 节能咨询;项目质量管理;过程控制;持续改进

energy consulting;;project quality management;;process control;;continuous

improvement

AB 随着近年来我国政府对节能减排工作的日益重视,节能咨询行业也日益兴盛起来。然而作为一个新兴行业,各节能咨询机构普遍面临着服务质量差、项目质量管理工作混乱等一系列棘手的问题。目前,国内关于节能咨询项目质量管理的相关研究及理论成果较少,基本上处于空白状态。作者希望本论文的研究成果可以对国内机构开展节能咨询项目质量管理工作起到一定的借鉴和启示作用。

本文的研究对象是节能咨询项目的质量管理,采用的研究方法包括：查阅文献资料、问卷调查、因果分析、总结归纳等。本文首先介绍了论文选题的背景和意义,然后阐述了项目质量管理和全面质量管理的基本理论。在项目质量管理的理论基础上,作者导入了节能咨询项目质量管理在天津市节能中心的应用实例,最后在全文的基础上总结出本文的研究成果。

作者认为,要保证节能咨询项目的质量,首先要提高咨询人员业务水平,加强人员的业务能力培训；在节能咨询机构内部应建立责任目标责任制,并对项目相关人员进行质量绩效考核；在项目计划阶段,应制定规范的项目操作流程和统一的质量评定标准；在项目实施的各个阶段,应该加强全过程的质量控制,在节能咨询报告完成后要实行严格的三级审核制度；最后,在项目实施过程中需要不断总结不断完善,持续改进项目质量管理水平。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 邓少云

A3 张国政

PB 湖南农业大学

T1 新疆管理咨询业分析及发展策略研究

CL 硕士

YR 2012

K1 管理咨询;五力模型;SWOT;钻石模型

consulting management;;SWOT tool;;five force modal;;diamond model

AB 在经济管理中,有三种力量推动社会经济的前进和管理的变革,那就是学院、企业和咨询机构。学院进行理论研究,提供管理理论的支持,企业是管理的具体实施者,而咨询机构介于两者之间,通过为企业提供咨询服务的方式,用更直接的方式向企业传播先进的管理理念。同时,发达国家的管理咨询业发展史也向我们展示了咨询服务作为一个行业在提升企业管理水平,提高企业的国际竞争力,从而增强国家的综合国力与国际竞争力方面所能发挥的巨大作用。

本文以新疆管理咨询业为研究对象,采用来源于管理咨询公司内部调研数据、相关管理咨询项目资料及行业统计数据等一手资料,参阅相关书籍、文献和互联网信息等二手资料,在定性分析的基础上,通过对国内外咨询行业发展历程回顾和发展趋势的探究,深入分析了中国管理咨询业发展所面对的市场条件、竞争环境以及存在的主要问题,同时结合新疆管理咨询业发展状况,最终提出有利于新疆管理咨询业积极发展的对策、战略规划、实施措施和建议。本文的新意在于不仅对新疆管理咨询业发展的支撑条件如：政府扶持、完善行业管理、建立法律法规等方面提出了有益的建议,而且较为系统地从微观的角度提出了新疆管理咨询业的发展定位、发展规划及实施建议,希望文中的一些观点对新疆管理咨询业的发展有实际意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 何燕芳

A3 朱金生

PB 武汉理工大学

T1 基于SCP范式的我国管理咨询业发展研究

CL 博士

YR 2012

K1 产业组织理论;管理咨询业;市场结构;市场行为;市场绩效

Industry organization theory;;Management consulting industry;;Market structure;;Enterprise's conduct;;Market performance

AB 咨询的价值在于利用专家的力量为需求者解疑释惑。尽管咨询本身有着源远流长的历史,但直到1926年,美国麦肯锡管理咨询公司的成立才标志着咨询与企业经营管理活动的结合,真正意义上的管理咨询业才得以产生。目前管理咨询业正在世界范围内蓬勃发展,成为“朝阳产业”之一。随着中国已进入加速转型阶段,越来越多的企业面临着竞争的压力及发展过程中方向、手段和机制等方面的困惑,越来越多的企业家也希望管理专家以系统有效的方式来解决其面临的发展问题和管理问题。这也说明管理咨询业在中国有着较大的发展空间。尽管如此,我国管理咨询业的外部行业环境还不成熟,管理咨询企业的自身发展也极不完善,尤其是在管理咨询的理念、对客户需求的把握以及管理咨询业务的运作模式等方面都处于不断调整的过程中,这在一定程度上限制我国管理咨询业的进一步发展。

论文选择我国管理咨询业为研究对象。在回顾管理咨询业起源和发展阶段的基础上,以我国加速转型期为研究背景,运用产业经济学的相关理论,使用文献研究、实证分析法、比较分析法、博弈分析法等研究方法,并将SCP范式和PEST分析工具相结合,利用适合管理咨询行业的指标对我国管理咨询产业发展的市场环境和宏观环境进行分析,重点是从市场结构、市场行为和市场绩效的角度深入地分析我国管理咨询业的发展现状,指出管理咨询行业在发展过程中存在的问题和形成原因,在此基础上提出通过政策扶持来改善该行业的市场结构、通过强化行业自律管理来规范该行业的市场行为、通过把本土管理咨询企业打造成能力全面的智慧型组织来提高该行业的市场绩效。

论文分九章展开论述。第一章是导论,指出论文的研究背景、选题目的和意义,对与选题密切相关的管理咨询活动的相关文献做出概括性的回顾与总结,并分别从市场结构、市场行为、市场绩效这三个方面对于我国管理咨询业有关研究文献进行综述,在此基础上提出论文的研究内容、方法和技术路线。第二章是论文的理论基础,指出现代服务业已经纳入产业组织理论的研究范围,SCP范式是当前研究中主要的分析工具,但在实际运用时,很多学者会根据所研究行业的特性和外部环境对该范式进行修正。第三章阐述了管理咨询业的由来和发展阶段,重点介绍了管理咨询业在美国、德国、日本和中国的发展情况,指出中国管理咨询业与发达国家的管理咨询行业相比还有很大差距。第四章采用PEST分析工具说明中国管理咨询业所处的政治法律环境、经济环境、社会文化环境、技术环境以及这些环境对中国管理咨询业产生的影响。第五章到第七章则通过市场结构、市场行为、市场绩效来研究中国管理咨询市场的现状,在市场结构方面,重点考察买方集中度、卖方集中度、产品差别化、进出壁垒,指出我国管理咨询的需求在稳定增长,但另一方面管理咨询企业生产效率较低,整个市场集中度偏低,较低的进出壁垒也增加了该行业的竞争强度；在市场行为方面,按照其综合实力和市场占有率的差异将管理咨询企业分为三类,逐一比较其市场行为的综合表现,并在对买方购买行为实证分析的基础上对卖方三大梯队的市场行为做出评价,还通过案例分析法和博弈分析法对跨国管理咨询公司的市场行为进行重点考察,指出本土管理咨询企业在知识管理、品牌管理、客户的垂直约束等方面难以与跨国管理咨询公司抗衡；对于市场绩效的衡量可以从企业或是产业层面入手,但本文另辟蹊径主要结合管理咨询行业的特性,通过实证分析方法从客户满意度和综合能力方面进行分析该行业的市场绩效,指出我国管理咨询公司的客户满意度和综合能力仍然需要提升,并说明形成这种状况的主要原因。第八章提出优化我国管理咨询业产业市场结构、规范市场行为、提高市场绩效,促进该行业全面发展的策略,即通过政策扶持本土管理咨询企业提高买方市场的集中度,通过优惠政策激发买方需求；通过建立统一的行业协会、制定指导定价制度、完善资格认证、严格会员管理等方式规范该行业的市场行为；从人员培养、营销战略、品牌培育与管理、财务管理、知识管理方面将本土管理咨询企业打造成能力全面的智慧型组织,促进该行业市场绩效的提高。最后一章是论文的总结与展望。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 吴志强

A3 花昭红

PB 中国海洋大学

T1 XY公司客户关系管理体系构建研究

CL 硕士

YR 2012

K1 客户关系管理;工程造价咨询;客户中心组织;知识管理

customer relationship management;;engineering cost consultation;;customer-center organization;;knowledge management

AB 我国的工程造价咨询行业是随着市场经济体制的建设,从20世纪90年代开始逐渐形成并发展起来的,但长期的计划经济,使我国工程造价咨询行业一直没有真正进入市场化运作阶段,到2001年脱钩改制后才开始实行市场化运作。加入WTO后,我国工程造价咨询企业面临内忧外患,如何在市场竞争剧烈化的环境中,识别、吸引、开发和保留客户,获得竞争优势,是必须面对、并亟待解决的重要问题。

西方发达国家在很多领域内推行CRM,在应对市场竞争问题方面取得了显著成效。国内一批大中型企业如石化行业、电信行业、各大航空公司、银行业、金融业、汽车业等行业,借鉴他们的研究成果也取得了巨大的成功。随后国内兴起了一股引进CRM的热潮,并渗透到越来越多的行业,但是工程造价咨询行业在我国做为一个新兴的分散型行业,却尚未有研究CRM推行的先例。XY公司作为我国工程造价咨询行业的一员,为了在激烈的竞争中赢得市场主动权,正在开展各种尝试,本文认为XY公司应探索适合本企业发展CRM之路。

在这样的背景下,分析了工程造价咨询行业推行CRM的背景、研究意义,并结合XY公司的现状与发展趋势,阐述了在XY公司推行CRM的必要性和可行性。在阅读前人研究文献的基础上,论文运用理论研究与实证分析相结合的研究方法,提出XY公司推行CRM的体系内容与建设方法,创造性地提出了以平衡计分卡作为保障和衡量CRM推行效果的工具,从学习与成长、内部运营流程管理、客户管理和财务目标等四个层面构建推行CRM的战略地图即建立完善的信息资本、组织资本、人力资本等,并通过公司业务流程再造、以客户价值、客户需求进行客户分类,在企业内部合理配置资源,以提供满足客户需求的产品与服务,为客户创造价值,最终实现企业利润最大化的目标。

期望这些方法在XY公司的CRM实践中,对客户吸引、开发和保留等方面能够发挥重要作用,为正在竞争激烈的市场中拼搏的工程造价咨询企业及企业家们提供一些的参考和借鉴。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 赵征南

A3 徐剑

PB 上海交通大学

T1 谁在影响中国决策

CL 硕士

YR 2012

K1 集体学习;学习型政党;智库;内容分析法

Collective Learning;; Learning Party;; Think Tank;; Content Analysis

AB 十六大召开以来,中共中央政治局已经组织了75次集体学习。其中十六届中央政治局学习44次,十七届迄今学习31次,九年的坚持,使得这个最初为了增强治国理政能力而进行的集体学习成了一个雷打不动的学习制度,一个中央政府咨询决策的重要渠道,一个向外界传达这个国家未来发展动向的重要信号。十七届四中全会提出把建设马克思主义学习型政党作为重大而紧迫的战略任务抓紧抓好,而十六大以来的集体学习正为学习型政党建设提供了启示。在集体学习中,决策层最为关注的是经济、政治、法律、军事、民生等内容,而中国社科院的学者主讲次数遥遥领先于其他智囊机构。

本研究针对中国共产党官方媒体——《人民日报》中关于集体学习的报道进行内容分析,研究发现《人民日报》的报道框架暗含当代中国政治实践中“发展决定一切”的执政理念。本研究通过内容分析法、文献研究法和个案分析法对集体学习制度、智囊机构、主讲人等进行定量和定性的分析,进一步探讨了中国民主决策的问题。本文得出目前的集体学习制度更大程度上起到的是政策支持,而不是政策导向作用。具备政策前瞻性的思想库功能在目前的集体学习制度上并未得到充分体现。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 程龙

A3 朱国泓

PB 上海交通大学

T1 基于企业价值的售后服务体系模型推导与案例实证

CL 硕士

YR 2012

K1 公司价值;售后服务价值因子;价值驱动模型

enterprise value;;after service value;;service model

AB 在产品同质化越来越严重的当代,依靠传统手段来提升竞争力的做法越来越昂贵,也很难保持持续的竞争优势。为了增强自身优势、做到差异化,很多企业将售后服务作为企业的核心竞争力加以培养,但是售后服务是怎样帮助企业提升竞争力,又应该建立怎样的售后服务体系和评价控制售后服务质量这些问题上,很多认识比较模糊或者是不完整。很多企业在对售后服务认识不深刻的时候盲目建立起来的售后服务系统,要么过于强调客户满意度而导致售后服务成本高企,最后核算下来得不偿失;要么过分强调售后服务的经济效益,导致客户的抱怨,最终流失了宝贵的客户资源。本文提出企业的经营活动都是为了增加企业的价值,然后从折现现金流(DCF)所代表的企业价值为基础,科学的推导和解释了售后服务是通过对产品质量、新产品开发、老客户忠诚度、潜在客户开发四个方面帮助企业提升竞争力、增加企业价值,这四个方面也就是售后服务价值因子。并在此基础上,进一步推导出了每个价值因子的驱动因素,分别是对客户建议和投诉意见的反馈;主动收集客户新的需求信息;解决客户问题的态度;吸引新客户,这四个驱动因素组成了售后服务质量的四个维度。接着,在售后服务价值因子和质量维度之间建立数学模型,即售后服务价值驱动模型,通过模型进一步阐述和总结两方面之间的关系。在本文的第二部分,利用得到的企业价值和售后服务之间的理论,以实证研究的方法分析了赛勉管理咨询(上海)有限公司的售后服务体系,说明了赛勉管理咨询(上海)有限公司正是利用本文的理论脉络,通过加强售后服务而增加了企业的价值,以翔实的事实和数据证明了本文相关结论的正确性和实用性。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 黄刚

A3 范玉榜

PB 西北大学

T1 西勘院国际咨询业务市场营销策略设计

CL 硕士

YR 2012

K1 国际咨询;市场营销;策略;设计

international consulting;;Marketing Tactics;;Design

AB 本文是基于中国经济全球化日益加快,国际竞争和合作进一步加强这一大的宏观背景。为了响应国家“技术走出去”的号召,从国有咨询企业实际情况出发,应用现代的营销理论知识,本文对企业国际咨询业务的市场营销作了深入的分析和研究。其目的是针对企业在国际业务市场营销中所出现的问题,提出一个科学的、可操作的营销策略设计方案。这一设计方案会通过企业的具体实践来不断完善,从而使得企业对于市场营销理论的理解愈加成熟,实现企业科学的和可持续的发展。对同类型的企业开展国际市场咨询业务时,在市场营销方面也具有一定的借鉴作用。

本文通过对西勘院国际业务的发展及其市场营销模式的分析,发现了其中存在的主要问题和不足。针对这些问题,笔者对国际咨询业务的特点进行了归纳和总结,应用PEST分析法对企业外部环境：政治环境、经济环境、社会文化环境以及技术环境进行了分析,应用SWOT理论以及STP理论进行了企业的市场定位分析,使得企业对于内部和外部环境都有了一个更为科学和清晰的认识。本文应用现代市场营销理论对企业国际咨询业务的市场营销策略进行了设计,根据4Ps理论对营销策略搭建了设计框架,同时将4Cs理论和4Rs理论的先进思想进行了融合,对企业国际咨询业务进行了市场营销策略的设计。

为了使设计方案对企业起到实际的效果,本文从方案实施的角度,依据企业目前的管理现状,提出了实施建议,并对实施提出了保障措施。希望以此推进企业市场营销策略的落实和实现。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 Giulia TOGNINI

A3 FerdinandoPennarola

PB 复旦大学

T1 Gender Diversity in the Management Consulting Industry

CL 硕士

YR 2012

K1 性别多样性;女性代表;公司业绩;管理咨询

Gender diversity;;female representation;;firm performance;;management consulting

AB 职场上的性别多样化是一个严重争议的话题,但是有关女性从事咨询行业的研究少之又少。这篇论文通过来自81家咨询公司的数据作为样本,检验了咨询公司女员工和公司绩效之间的关系。本研究首先从质的方面概括了咨询公司高管中女性代表比较稀少的原因,以及增加女性高管的比例将给可能给公司带来的利益。接着本研究通过使用多元回归模型进行了数量分析,得到的结果是公司合伙人个人利润和咨询公司合伙人级别的女性比例成正比。这篇文章不仅填补了以咨询公司为核心的性别多样化研究,它同时为在现实中如何对待女性在咨询公司高管中的比例有一定参考意义,公司会从增加职业女性的比例中受益。

尽管有关职场女性和领导力这个主题的研究非常多,但是有关这个话题在咨询行业的研究就少之又少(Marsh,2009)。而且,咨询公司新进员工中有40%是女性,而在合伙人级别的研究表明合伙人中女性所占的比例从7%到14%不等(Kumra and Vinnicombe,2008)。

我研究职场女性在咨询行业的影响力是由我参加的管理咨询这门课程的一次课堂讨论所引发的,这次讨论围绕AshishNanda的有关专业服务公司的实践频谱展开(Nanda,2004)。当我们沿着这个频谱分析不同公司的技能,能力和利润驱动力的影响时,我们对于咨询行业内生的一些可能从负面角度影响到女性在该行业所占比例的因素进行了辩论。也就是说,一个男性主导的文化背景,长时间的不灵活的工作时间,和非正式社交网络的隔绝,以及指导和赞助的缺乏都是阻止女性在咨询行业中晋升的主要因素(德勤,2005)。

我作为对咨询业非常感兴趣的一名女性,于是对女性在该行业的影响力首先进行了粗略的研究。尽管很多咨询公司很积极的研究了女性在500强公司所占比例,我很惊讶的发现几乎没有一家咨询公司对他们自身这个咨询业中女性代表的比例进行过深入研究。在读过一份麦肯锡咨询的名为《Women Matter:Gender Diversity, a Corporate Performance Driver》(McKinsey&Company,2007)的报告之后,我发现报告中指出的500强公司的业绩和女性在领导岗位的比例是有关系的,于是我决定做一项类似的有关咨询业的研究。在本研究中,管理咨询行业将特指包含了战略、信息技术、运营、人力资源、医疗保健、一般业务和管理以及经济咨询公司。我要研究的是分析咨询行业的性别多样化,以及探索咨询公司女性代表比例和公司绩效之间的关系。本研究采用的是全球化视角,这主要是为了避免研究仅仅局限于某几个具体的国家或者地理界限,基于此本研究收集的是全球化的数据(而不是国家数据)。

这篇论文将首先讨论咨询行业的特征,重点将放在那些会阻碍女性晋升到合伙人级别的因素方面。紧接着我们会概括的得出现阶段咨询公司中女性在高管中占有比例的概况,然后本文探讨了提高职场上女性比例将会给咨询公司带来哪些好处。而论文的实证部分将集中在研究女性在咨询业中代表的比例和公司利润率之间的关系,实证将使用来自81家咨询公司的相关数据作为研究样本,为了使研究更有效,本论文根据样本中咨询公司的不同特征进行分类,将样本细分为不同的咨询公司组别,进行实证检检。

LA 英文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 赵永

A3 蓝海林

PB 华南理工大学

T1 A战略咨询公司商业计划书

CL 硕士

YR 2012

K1 咨询;管理咨询;战略管理;战略管理咨询;创业计划书;商业计划书

Consultancy;;Consulting Service;;Strategy Management;;Business Plan

AB 本文以华南区某高等学府L教授设想创办A战略管理咨询公司为出发点，以商业计划书为框架，通过运用战略管理、营销管理、人力资源管理等一系列学科的理论和方法进行分析，得出L教授创办A公司恰逢其时，能够快速实现规模化盈利的结论。

本计划书通过对当前管理咨询行业的内外部环境的分析发现我国正处于经济结构转型的关键阶段，企业对战略规划的需求非常迫切，市场潜力巨大。同时，A公司所具有的独特资源和能力恰恰与咨询公司的关键成功因素相匹配。通过SWOT分析模型确定了A公司的战略意图、战略宗旨与竞争战略，在此基础上通过对细分市场的分析与研究，确定了A公司的目标市场，制定了与之匹配的营销组合策略。接下来，本文对A公司的初期和中长期组织架构及未来三年的人力资源需求情况进行规划，建立了A公司的基础架构。在管理框架上，本文针对管理咨询公司的核心，对A公司的项目运作与知识管理体系做了论述，试图提出具体的、可操作的方案，为A公司地顺利创办与长久发展奠定一个良好的基础。最后通过销售收入预测与财务盈利分析，论证了此项目利润可观，且能够实现规模增长，在财务上是可行的，并针对一些可能的风险提出相应的防范与应对措施。

针对本土管理咨询公司高端人才缺、人力成本高、人才流动率高等问题，本文提出了外部专家资源库的概念，希望能够藉此规避现有咨询公司的一些发展瓶颈，提高A公司的竞争力，为公司的顺利发展扫清部分障碍。

依托于L教授在战略管理领域的丰富资源与经验，希望A公司能够抓住我国企业转型升级这一重大历史机遇，在战略管理咨询领域创办并发展出一家最具影响力的本土战略咨询公司。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 Mattia Bazzoni

A3 FerdinandoPennarola

PB 复旦大学

T1 The Geographical Expansion of Management Consulting Firms

CL 硕士

YR 2012

K1 管理咨询;地域扩张;亚洲

Management Consulting:管理咨询;;

Geographical Expansion:地域扩张;;

Asia:亚洲

AB 本研究关注的焦点是管理咨询公司在东南亚地区的扩张。本文首先定义了一些有关地域和行业方面的专业术语,接着研究了导致咨询公司地理扩张的驱动因素,这些驱动因素在创造完整型的咨询公司视角方面有重大贡献。本文接着论述了东南亚地区的咨询市场,描述了它的具体特征并试图描述其趋势。有关东南亚地区咨询行业地理扩张的宏观因素的分析为我们提供了一些以往研究中被低估的影响当地市场吸引度的因素。紧接着,本研究采用整体方法论分析了市场进入(考虑了大家广泛熟知的反应性收入来源和积极收入来源),这个方法只是一个蓝本而不是最终的模型,这意味着每个咨询公司应该根据自身的需求和经济数据预测的准确度对这个整体方法论进行修正。本研究接着讨论了文章的现实意义并对现阶段东南亚的咨询业市场有了深入的洞察,发现了最具有潜力的国家以及咨询公司在这些地区可以考虑执行的路线。我研究这个论文题目的灵感是来自于我2011年暑假在上海的DezanShira&Associates咨询公司暑假实习的经历。

我问了我的公司监事一个问题,她叫Cory Lam,问题是为什么公司要采用现有的地理格局,然后,令我惊讶的是,她的回答并不是基于某一种很清晰的方法,而好像公司的决定是处于“运气”,是为了充分利用当时的某些可能的机遇。市场潜力并不是通过使用某一种方法来发现的,而好像是为了顺应当时的市场反应,是处于应对客户的某些诉求。Lam同时告诉我DezanShira&Associates咨询公司正在考虑再在东南亚开分部。于是我紧接着又问他为什么公司不研究一个特定的框架或者方法来协助公司发现哪些国家存在潜力,我们应该进入,哪些国家没有吸引力不值得进入,哪些国家需要等待时机,而不是粗略的通过直觉和尝试来做出以上选择。听了我的想法,她挑战我说,让我来研究一个这样的方法。但是由于公司给我分配了别的实习工作,我没有能够研究出一个这样的方法。离开公司后,一种想发现这背后的原因的意愿,这个话题所隐含的该方向的趋势,工具和管理咨询公司在扩张中可能发生的错误都是我想研究的,于是我决定利用我的毕业论文来研究上述的问题。带着我前面所论述的想法,我研读了有关该方面的以前的文献,我发现有关该主题的研究确实存在空白。

有关制造业公司的地理扩张的文献非常丰富,但是那些特定的研究管理咨询行业扩张的文献非常的少。而研究咨询公司扩张的原因和方法的文献就更少了,虽然确实也存在一些该方面的研究。这其中有关本主题的研究都是最近才有的(从2007年以后),而且也都仅仅是一些表层研究,是基于该行业的一些职场人士的调查,和那些会对研究有用的方面。基于扩张原因的研究没能够把最知名的咨询公司经济和决策领域的研究很好的结合起来(Nanda,2004)而且也只提供了一些可能驱动咨询公司地理扩张的“迹象”,而没有继续调查其中的根本原因。研究在特定地理区域的行业扩张的文献,可能的扩张路线和原因,以及具体的特征都很少,而且也只是在欧洲国家才有用(Monnoyer,1993)研究影响对某个特定市场进行评估的变量的文章也都是采用质性分析的方法,唯一的例外就是Parker (2005)的研究。他的研究所基于的方法是不能广泛得到的(因为这项研究是为了销售的目的,而且是一项私人研究公司赞助的)。另一项重要的发现就是,包括Parker的研究在内,所有有关研究都采用了比较狭隘的方法,只集中于研究“推”和“拉”的力量可能带来的影响,忽略了这些因素可能会一起作用的可能,因此得到的评估可能不够全面。分析的最多的是网络化的研究(Glukler,2005),这是一个“应激性”的因素,而通常“积极性”的因素是放在第二位的。总体而言,还是缺乏一个综合性的起源于根本原因的研究(Nanda,2004),分析可能影响到该行业扩张的因素,趋势,市场潜力和扩张成功的可能性。而且也缺乏把收集到的信息进行整合得到一个方法的蓝本,这样的方法蓝本可以作为协助工具影响市场进入的决策。

LA 英文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 朱红燕

A3 帅相志

PB 山东师范大学

T1 山东高校在现代科技咨询业中的作用与发展取向

CL 硕士

YR 2012

K1 高校;现代科技咨询业;对策;取向

university;;modern science and technology consulting;;countermeasures;;orientation

AB 现代科技咨询是系统运用现代科学知识、现代技术手段和现代分析方法，为国家机关、企业事业单位、社会团体或公民的决策提供的咨询服务。科技咨询业是专业的咨询机构发挥信息和知识方面的优势，采用现代方法分析各类复杂的社会、经济问题，运用创造性的思维解决问题，向企业和社会提供相应决策依据和优化实施方案的智力型服务行业。科技咨询业是智力高度集中的知识生产活动，它的核心作用是通过提高人们的决策水平和创新能力来推动社会均衡、快速、可持续发展。

现代科技咨询业是以科学技术为支柱的第三产业，同时也是世界经济一体化进程中发展最快、最活跃的领域之一。现代科技咨询业作为知识高度密集的新兴产业，毫无疑问，其发展程度不仅是社会信息化程度的重要标志，同时也是衡量社会文明和进步的重要指标。发展科技咨询产业是提高自主创新能力、建设创新型国家和创新型省份的需要。现代科技咨询业对山东省地方经济发展提供了切实可行的对策建议，为我省经济社会发展起到了积极的推动作用。发展科技咨询业，有利于推动山东省科学与经济的结合，有利于优化省内的资源配置，进而促进经济健康有序的发展，实现山东经济的腾飞。

近几年伴随着山东省经济的持续景气和快速增长，行政体系的科学化、民主化决策机制逐步完善，以及社会各界对科技咨询服务认识的不断提高，对科技咨询服务的需求日益强烈，催生了许多新兴的科技咨询服务业务，加速了山东省科技咨询产业的成长壮大。在山东省整个科技咨询业发展中，科技咨询中介机构是发展的主体。其中山东高校作为山东省现代科技咨询业中最具战略优势的中介机构之一，在整个山东省科技咨询业发展中占有举足轻重的地位。有效运用高校的科研、人才以及信息等方面的独特优势，有针对性的开展各项科技咨询项目，必将对科技咨询业的发展带来新的活力。

本研究简要回顾改革开放，特别是“十一五”以来，我国以及山东省现代科技咨询业发展的基本情况。在此基础上，将全面、系统的回顾山东省高校在整个山东省科技咨询业发展中的情况，总结经验，肯定成绩，找出存在的问题和制约因素，提出推进山东高校科技咨询工作持续、快速、健康发展的对策建议。另外，本研究还将依据山东省“科教兴鲁”、“人才强省”、“建设创新型省份”的战略思想和经济、社会发展的需要，紧密结合我国及山东省“十二五”战略规划和山东省经济社会发展的重点领域，有针对性地提出山东高校在现代科技咨询业发展中的总体思路和目标，进一步确定山东高校现代科技咨询工作的重点领域。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张延飞

A3 尚珊

PB 山西大学

T1 虚拟咨询企业中虚拟咨询团队的构建

CL 硕士

YR 2012

K1 虚拟咨询企业;虚拟咨询团队;社会网络分析;虚拟咨询团队模型

Virtual consulting firm;;Virtual consulting team;;Social Network

Analysis;;Virtual consulting team model;;Safeguard mechanism

AB 21世纪人类已进入知识经济的时代,信息、知识以及信息技术等无形资源在社会经济中占据了重要的地位,人类对信息、知识的依赖程度大幅提高,知识成为第一生产力。伴随着人们对信息需求的不断增加,加上信息本身所蕴含的巨大价值,信息和知识逐渐成为商品在网络中流传,虚拟咨询企业在此背景下应蕴而生。虚拟咨询企业是在威客模式基础上演变发展而来的一种现金交易型网站,它是利用互联网平台给信息需求者与信息提供者搭建一个桥梁,使信息需求者在支付一定酬劳的前提下向信息提供者获取所需信息,使信息提供者能够依靠所掌握的信息向信息需求者提供有价值的信息并以此获得报酬,而网站自身仅收取少量费用来维持日常所需费用。这种模式将网络中的有价值信息与需求相连,具有信息资源广泛、针对性强的特点,在信息超载的知识经济时代具有巨大的发展潜力。然而,经调查研究发现我国的虚拟咨询企业在发展中存在诸多问题,针对虚拟咨询企业中虚拟咨询团队的缺失,本文提出构建虚拟咨询企业团队模型的概念。

研究过程中,笔者将社会网络分析的方法及工具首次运用到虚拟咨询团队的构建中,并最终得出了虚拟咨询团队模型。虚拟咨询团队模型的构建填补了该领域研究的空白,为虚拟咨询企业未来发展及虚拟咨询团队的研究起提供了一些借鉴。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 郭维

A3 唐丽

PB 沈阳师范大学

T1 论社会工程师

CL 硕士

YR 2012

K1 社会工程;社会工程师;社会问题;社会决策

Social engineering;;social engineers;;social problems;;social decision

AB “社会工程师”是为当权者提供智力支持的特殊脑力劳动者，通过自己所掌握的知识体系进行政策研究，对政策主张的执行力和执行效果作出预测，为决策者提供决策依据。

通过对相关文献、资料的研究分析，发现现有的对“社会工程师”的定义或描述都没有从社会工程的角度加以研究。国内学者提到了“社会工程师”这一术语，但是没有明确“社会工程师”概念的内涵等相关内容；国外学者则多基于政治学、经济学、军事学、法学或是计算机等学科对社会工程进行分析，“社会工程师”承担了不同的角色分工。一些学者甚至提出“社会工程师”是对社会发展具有危害的群体，会使其他人在“社会工程师”的影响做出危害社会的事情。这对真正的“社会工程师”是不公平的，这样的提法明显有悖于社会工程活动追求社会正义和社会公平的基本原则，本文对“社会工程师”的定义可以明确“社会工程师”的内涵、特征、职责和实践路径，从而确立了社会工程师的积极作用。对“社会工程师”的研究不仅有助于完善社会工程主体理论研究，还有助于引起全社会对“社会工程师”这一特殊职业的重视，像传统工程师一样成为一个独立的职业团体，拥有独立的职业道德规范和行为准则，消除对“社会工程师”的误解。

第一章综述了国内外不同领域“社会工程师”的定义，阐述论文的理论意义与实际意义；第二章通过与传统工程师的对比，对“社会工程师”概念进行分析，明确“社会工程师”的内涵、特征及外延；第三章研究“社会工程师”的服务对象，从政治、经济、社会管理和文化领域阐述“社会工程师”的作用与职责；第四章阐述“社会工程师”通过理论创造、政策制定和文化渲染强化“社会工程师”的作用。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张贺

A3 燕金武

PB 黑龙江大学

T1 国内管理咨询公司的数字营销研究

CL 硕士

YR 2012

K1 管理咨询;数字化;网络营销;客户

management consulting;;digital;;network marketing;;customer

AB 网络时代将营销方式变得越来越多元化，数字化营销已经成为了主流的营销方式。国内的咨询业正处于快速成长期，管理咨询行业也急于探索出一条创新并且与咨询行业特点相融合的数字化营销策略。本文通过第二章对数字营销理论的挖掘和阐述，第三章对国内管理咨询公司的营销现状进行分析总结，结合第四章国内管理咨询企业发展现状及困境，总结出一些适用于国内管理咨询公司自身发展的数字化营销策略，帮助企业找到降低营销成本的方法，使企业实现投资回报的最大化。第五章的数字化营销策略可以为企业建立成功的营销竞争战略提供合理建议，为企业开拓市场、树立品牌，走出具有自己特色的咨询之路有着实践指导作用。本文的创新之处在于通过第三方网络行为监测机构的数据，分析出国内管理咨询企业网络营销的现状及地区行业集中度，结合新兴的数字化营销方式，为管理咨询企业未来的营销投入方向提出了合理化建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘波

A3 许正良

PB 吉林大学

T1 埃森哲大连公司人才流失规避策略的研究

CL 硕士

YR 2012

K1 埃森哲大连公司;人才流失;规避策略

Accenture Dalian.Ltd;;Talent Loss;;Countermeasures

AB 作为一个企业关键的生产力要素，人才是企业最为宝贵的一种资源，是企业稳定持续发展必不可少的。当今社会经济高速发展，归根结底，人才就是企业的商品，人才的正常流动都非常有助于所有公司人才结构的优化以及持续发展。然而，要是企业的人才流动非常频繁，将会对企业发展的可持续性以及稳定性产生影响，尤其是在企业中具有一定职责、掌握公司的核心机密和核心技术的技术骨干或者管理骨干人员的离职发生的非常频繁的时候，企业的生存与发展将会面临巨大威胁。企业应当通过何种策略去招来人才、激励人才，从而留住人才，能够赢得人才的忠诚与满意，从而在很大程度上推动企业的持续发展，已成为许多公司的当务之急。只有那些可以吸引、激励、开发、留住优秀人才的公司才能在激烈的市场竞争中处于不败之地。因此，探讨人才的流失问题对于一个现代企业长期的战略发展的作用举足轻重。

笔者通过人才，人才需求及人才激励等相关的理论知识,以埃森哲大连公司的人才流失问题为研究对象，首先提出研究问题，并阐述了研究的理论和实践意义；其次，引用了研究的相关基础理论（人才的概念内涵，人才需求的相关理论，人才激励的相关理论）；再次，介绍了国内外先进企业人才使用的经验。然后，从三方面对埃森哲大连公司人才流失的现状进行了细致的分析，主要有，埃森哲人力资源的总体状况，人才流失的大体现状，以及人才流失的主要原因；最终，结合埃森哲大连公司的现状，从公司使用人才理念的提升，组织机构的建立，规章制度的完善，激励方法的改进等方面有针对性的提出规避人才流失的策略。

通过对埃森哲大连公司人才流失原因与对策的调查研究,对于外资在华IT企业应对人才流失问题、规范和管理人才流动会提供有效的参考和借鉴。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 付纯

A3 张振江

PB 暨南大学

T1 兰德公司的国际化

CL 硕士

YR 2012

K1 兰德公司;思想库;国际化

The Rand Corporation;;Internationalization;;Think Tanks

AB 早期被称为“军方思想库”的兰德公司正式成立于1948年，现已成为全球著名的综合性咨询机构，研究领域覆盖政治、经济、社会、安全等各个领域。在前人研究的基础上，本文试图研究全球化新背景下兰德公司的国际化。20世纪90年代起，兰德公司凭借自己的优势以及全球化条件在拓展一条从欧洲到中东再到亚洲的国际化路径，陆续在英国剑桥、比利时、卡塔尔、阿联酋等国家建立自己的分支，拓展业务。通过对大量中英文献及兰德公司官网信息、报告等的整理，本文首先对兰德公司的国际化现状进行了描述。在这些事实基础上，分析兰德公司到底是怎样走向国际化以及为什么能走向国际化的，为什么能从一个国内的智囊机构变成在国内谋略建言的同时变成一个也为外国政府或企业服务的“跨国智囊”。文本认为研究美国十大最具影响力智库-兰德公司的国际化活动尤其是兰德公司在全球服务输出其软资源的经验，能为我国智囊机构的建设和软实力的运用提供借鉴，也将有助于思想库国际化的研究。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 黄家才

A3 何耀琴

PB 西南交通大学

T1 H公司发展战略研究

CL 硕士

YR 2012

K1 管理咨询;战略管理;业务转型;创业创新

Management Consultation;;Strategic management;;Business transformation;;Entrepreneurship and innovation

AB 在改革开放三十多年以来,国内管理咨询行业得到了飞跃发展,注册企业数量从无到数万家,但绝大多数企业都属于小型的创业公司,与国际管理咨询公司相比还存在较大的差距。如何在开放的激烈竞争市场中求得生存和发展?如何发现自身的竞争优势并在细分市场中快速成长?这二个问题是国内管理咨询公司的创业者和从业者常常面临与思考的问题。本文选择了上海地区一家成立了十年的管理咨询公司(H公司)进行研究,这家公司的的市场定位是在电力行业(主要是国家电网公司和南方电网公司)提供服务管理咨询服务,并在细分市场中具有很高的品牌知名度,公司从提供服务技能培训和简单管理咨询业务发展成拥有自己的管理技术和软件产品的高新技术企业。

本文重点应用了战略管理的思想和理论进行全面深入研究,研究内容包括了针对行业环境和企业内部资源分析,应用SWOT分析工具以发现H公司的机会和威胁,结合H公司的优势提出了未来的发展战略目标,并进行了未来发展五年的战略规划,提出了应用1369原则实施战略规划,提出了短期和长期激励进行战略控制。本文研究结论是建议H公司转变传统管理咨询业务模式,利用现代信息技术来创新管理方法,建立拥有自主知识产权的研发中心,建设具备与国际公司同台竞争的核心能力。本文的研究成果能够为国内的管理咨询公司的发展战略提供新视角和新方法,具有一定的指导性和前瞻性。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王文卿

A3 王辉

PB 东北师范大学

T1 管理咨询公司门户网站人机界面的构建研究

CL 硕士

YR 2012

K1 管理咨询公司;门户网站;人机界面;信息构建

management consulting company;;portals;;human-computer interface;;information architecture

AB 论文基于国内外的企业门户网站和人机界面的相关研究的基础上，着重探讨管理咨询公司门户网站人机界面的构建情况。通过对咨询公司人机界面构建现状的比较，影响因素的分析，总结出管理咨询公司人机界面存在的问题。同时根据信息构建的原则、标准构建咨询公司门户网站的人机界面，进而通过对现在的咨询公司人机界面的评价，分析出其优势与不足，并对不足的界面提出构建改进意见，以期为其他新生的咨询公司的网站构建提供借鉴和参考。

本文的中心思想是拟通过对国内外11家管理咨询公司门户网站的人机界面构建的比较研究，分析出他们在网站构建中的不足和问题，进而根据影响因素的分析构建门户网站的人机界面，最后对构建的界面进行评价分析，以期为以后的管理咨询公司门户网站的人机界面构建提供参考模型，并帮助管理咨询公司网站构建人员构建规范，安全，可靠，易理解的门户网站人机界面。

本文在文章的不同部分采用的方法是有所侧重的，其中在文献综述部分，采用的主要方法是文献调查法，在管理咨询公司门户网站人机界面的现状研究中，采用的方法主要是网络链接分析方法，在管理咨询公司门户网站人机界面的现状研究和评价研究中，采用的方法主要是抽样调查方法，在确定评价指标研究中，采用的则是聚类分析方法，在最后的未来网站增长情况的预测研究中，采用的方法则是时间序列分析方法。同时在全文中贯穿运用分析与综合，推理与归纳等逻辑分析方法。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 杨丽惠

A3 王辉

PB 东北师范大学

T1 管理咨询公司的激励机制研究

CL 硕士

YR 2012

K1 管理咨询;激励机制;信息需求;物质激励;精神激励

management consulting;;incentive mechanism;;information demand;;material encouragement;;spiritual incentive

AB 论文基于国内外的激励机制研究和信息需求理论，主要讨论管理咨询团队的激励机制问题。论文明确了国内管理咨询产业应对的竞争压力和可以利用的发展机遇，阐述了信息资源在咨询产业当中扮演的重要角色和起到的不可忽视的作用。在此基础上通过调查问卷的方式，调查了国内管理咨询公司在提供信息咨询服务过程中在信息源类型、信息资源类型和信息流的选择方式上具有的特点和趋势。同时依据一定的设计原则等设计激励机制，提出了基于信息激励、物质激励和精神激励的激励机制模型。

论文通过调查获得第一手资料完善了信息激励的内容和框架。同时提出成立一个独立的管理团队来对信息激励、物质激励和精神激励机制进行实时管理和规范。并且提出将团队的物质激励和精神激励的结果以信息的形式反馈给咨询团队，并借鉴实践经验来完善评估体系。基于以上的研究，论文初步形成了管理咨询团队构建激励机制的实施计划。

论文选择了X管理咨询公司作为案例研究的对象，论文试图通过资料和调查来分析它的信息需求体系的特点，并且掌握X公司是如何构建激励机制的。论文分析了X管理咨询公司激励机制的设计和实施框架，同时找出其优缺点，在此基础上利用论文的研究成果改进了X管理咨询公司激励机制。在案例研究基础上，归纳和总结了激励机制设计中应该注意的问题，提出了未来研究的方向。

结合研究特点采用了如下的多种研究方法：在文献的综述部分采用了文献调查法，在信息需求体系构成研究中采用了问卷调查法，对调查问卷的信度和效度进行定量的测度。同时对调查问卷的结果采用了统计调查分析法来进行定量和定性分析。在问卷的设计和激励流程的设计过程中采用了过程分析法，利用系统思想对激励机制进行分析和综合。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 崔雯

A3 李晓红

PB 大连工业大学

T1 六西格玛管理在我国咨询服务业中的应用研究

CL 硕士

YR 2012

K1 咨询服务业;质量管理;六西格玛管理;客户满意度

Consulting service industry;;Quality Management;;Six Sigma Management;;Customer satisfaction

AB 服务业作为支撑中国经济的支柱性产业，其重要地位不言而喻。然而，随着商品经济飞速发展、市场竞争白热化及顾客需求多元化等因素，针对服务业的质量要求也随即提高。为了提升服务业的综合竞争实力，很多企业采用了六西格玛管理理论。该理论是以数据为基础，关注客户需求和改进流程的一种新型管理方法。

本文以咨询服务业公司为研究对象，运用六西格玛管理理论对目标企业公司环节实施流程改进，提升企业服务质量，增强企业自身竞争力。首先，本文对论文写作背景、意义及论文框架内容和研究方法进行了介绍。其次，对国内外六西格玛理论发展现状进行了综述，着力探讨六西格玛理论的研究现状，为论文奠定理论基础。再次，以我国咨询服务业为研究对象，提出了我国咨询服务业质量管理现状及存在问题。最后，运用六西格玛管理理论—DMAIC方法，分别对3家服务咨询公司的年度绩效薪酬环节、员工加班服务环节和员工技能补贴服务环节实施改进,即界定阶段明确服务过程中的顾客需求、确定关键质量特性、分析其初始能力并设定目标；测量阶段运用SIPOC图分析影响关键质量特性的所有影响因素、采用因果矩阵工具确定影响关键质量特性的潜在关键因素并分析其初始能力；分析阶段运用FMEA表格对潜在关键变量的风险实施分析、确定关键影响变量；改进阶段采用试验设计进行单因子试验设计并建立多项式回归方程；控制阶段对流程改进效果进行评估并提出持续的改进措施；最后提出案例结论，并针对咨询服务业提出了相关建议，诸如从人员因素考虑，培养员工六西格玛管理理念、服务流程分析能力及相互沟通能力；从数据因素考虑，注重流程审核、数据整理及存储、实现人数合一的最佳管理状态等等。

论文的写作意义在于推广六西格玛理论在咨询服务业中的运用，随着新兴科技的不断创新，企业自身也应转变固有思维，寻求不断创新、适于企业的新型管理方法，以顾客需求为导向，提升客户满意度，提升服务水平质量，增强自身核心竞争力。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 陈少蕊

A3 吴建祖

PB 兰州大学

T1 北京CSI管理咨询公司营销策略研究

CL 硕士

YR 2012

K1 管理咨询公司;目标市场;营销策略

Management consulting company;;target market;;marketing strategy

AB 管理咨询公司是指从事管理咨询服务,为企业和其他组织机构提供咨询服务的公司。目前我国管理咨询公司按规模大小可简单的分为四类：特大型咨询公司,比如麦肯锡、波士顿等跨国咨询公司在我国经济发达国际化城市设立办事处；大型咨询公司,如北大纵横、新华信、和君等公司是我国本土发展起来的；中型管理咨询公司,有区域性和服务项目专有技术上的优势,这些公司约有几十人；小型管理咨询公司,多数没有核心业务能力,高级咨询师在十人以下。由于公司的规模和实力不同,所选择的目标市场和采用的营销策略都不尽相同,而企业要发展就必须明确市场定位,采取相应营销策略,确立核心业务。

本文以北京CSI管理咨询公司为例,来强调中小型管理咨询公司未来的发展必须明确目标市场,实施有效的营销组合策略,打造自身的核心优势和专业服务能力。首先,对管理咨询业发展史以及相关概念和理论进行阐述；其次,介绍北京CSI管理咨询公司的状况,采用波特五力模型分析管理咨询业的竞争环境,并对北京CSI管理咨询公司进行SWOT分析,归纳了北京CSI的优势、劣势、机会、威胁,从而总结出公司的SWOT营销策略矩阵；最后,对管理咨询市场进行了市场细分,确定了北京CSI管理咨询公司的目标市场及市场定位,进而介绍了北京CSI的营销策略：产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略、大员策略五个方面。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 武琦

A3 贾旭东

PB 兰州大学

T1 和睦心理咨询有限公司商业计划书

CL 硕士

YR 2012

K1 心理咨询;商业计划书;创业;营销策略;融资

Business plan;;Psychology Clinic;;Entrepreneurship

AB 随着社会的进步和发展,心理问题开始不断困扰当今社会人群,根据卫生部2010年的统计数据,我国约有占总人口10%的人群具有各种各样的心理问题,对其生活功能和社会功能造成一定的影响,甚至严重的损害。但是目前对这些患病人群的服务利用率和治疗率极不理想,这些人群中仅仅有11.1%在一年之内接受心理咨询或者心理治疗。目前随着人群素质的提高,很多有心理问题的人群开始寻找帮助,但是能够提供帮助的专业心理咨询机构却寥寥无几,仅有少数综合医院乃至精神病专科医院提供相应的服务。随着国家“十二五规划”的落实实施,国家对精神卫生事业逐渐重视,面对庞大的不完全竞争市场,创建一个专业的心理诊所将会有很好的经济效益和社会效益。

我们的心理诊所主要的业务包括心理咨询,心理诊断,及EAP(企业员工心理援助计划)服务等。目标客户群主要为有心理问题的普通人群及为员工创造福利的企业。对于来访者来说,我们提供的服务能帮助他们重塑健康的心境,对于企业来说,员工及家属的心理健康会提高员工的工作积极性从而提高企业的业绩。目前在国内专业的大型心理诊所寥寥无几,市场规模巨大,而且随着经济的发展,人们的需求已经从物质需求转向精神文化需求,从而带动心理咨询市场规模的增大。

目前的融资模式主要采取心理治疗师和心理咨询师投资入股及银行贷款,通过网络宣传,媒体宣传以及相应的讲座对诊所进行宣传,并与政府精神文明相关机构合作,扩大影响力。

本机构的管理层主要采用专家和CEO相结合的模式。专家负责业务管理,CEO负责全面运营管理。我们初步的融资规模为100万元,长期的发展目标为全国性连锁心理诊所。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 翟翯

A3 高核;李智斌

PB 云南大学

T1 咨询类企业人力资源管理体系构建研究

CL 硕士

YR 2012

K1 管理咨询;人力资源管理;激励;竞争力

consulting enterprises;;human resource management;;incentive;;competitiveness

AB 管理咨询作为加强和改善企业经营管理的重要手段,已被世界各国公认。20世纪70年代,美国全产业的70%,日本全产业的50%,在咨询顾问的帮助下改善经营管理,取得了很大的成绩。我国的管理咨询从20世纪80年代起步,经过20多年的发展,咨询业的重要性已经被越来越多的国人重视,咨询业作为朝阳产业,具有很大的发展空间,也吸引了越来越多的投资。但是,我国的咨询行业也存在着众多的问题,和国际咨询公司存在较大的差距,尤其是在核心竞争力的打造上。而核心竞争力主要来自于企业中的人力资源,任何企业都离不开优秀的人力资源管理,特别是对咨询企业来说,人力资源管理不完善是很多问题的根源所在,而这已经严重阻碍了企业的进一步发展,因此,研究咨询类企业人力资源建设及管理中的实际问题,并找出相应的对策和解决办法,在咨询类企业的发展中具有重要的作用和现实意义。

本文首先通过对咨询类企业人力资源管理现状进行描述,其次对咨询类企业人力资源管理所存在的问题进行分析,然后通过对T公司进行人力资源现状问卷调查与访谈调查,实证分析找出企业人力资源管理问题所在；最后,根据T咨询公司存在的问题,结合实践和相关理论,为T公司制订了相应的对策,使其能够更大程度地吸才、选才、用才、育才、留才,有效实现人才激励,提升管理绩效,增强企业的综合竞争力。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 黄夏明

A3 胡日东

PB 华侨大学

T1 管理咨询企业核心竞争力研究

CL 硕士

YR 2012

K1 管理咨询;核心竞争力;指标体系;综合评价

management consultation;;core competence;; indicator

system;;comprehensive evaluation

AB 随着改革开放的深入，2000年之后国内管理咨询需求稳步上升，但管理咨询行业存在企业规模小、经营分散、缺乏核心竞争力等问题。本文首先从资源基础论入手对企业资源、企业能力的内涵进行辨析并以此对核心竞争力概念进行科学的界定。随后，从管理咨询产品特征入手展开研究，发现管理咨询企业核心竞争力有4大构成要素，其形成关键是知识创造过程。据此，本文提出了管理咨询企业核心竞争力的综合评价模型以及培育方法与途径，为管理咨询企业核心竞争力的培育提供理论指导与依据。全文包括4个部分：

第一部分（第1、2章）介绍选题背景、选题意义、研究对象、研究方法，综述国内外有关核心竞争力的主要研究成果。

第二部分（第3、4章）综合运用企业资源基础论、企业能力理论、知识管理理论对管理咨询企业核心竞争力进行科学、全面的分析，得出5点主要结论：（1）企业能力是有机整合的企业资源在经营实践中所体现出来的驾驭某种经营活动的熟练程度和顺利完成该经营活动的可能性，它是推动企业成长的根本动力，集成化的企业能力核心要素体系就是企业核心竞争力；（2）企业核心竞争力本质上具有知识属性；（3）管理咨询产品具有知识性、针对性与创新性、无形性、客户的组织性、客户的参与性、过程的持续性、价格的不确定性、质量的不确定性、知识转移的双向性等主要特征；（4）管理咨询企业核心竞争力有知识管理能力、咨询项目实施控制能力、品牌管理能力以及知识支持网络管理能力4个主要构成要素；（5）管理咨询企业在内部知识库的支持下吸收客户知识、同行知识以及各种先进管理理论等社会环境知识，这些知识经知识创造的共同化、融合化、操作化螺旋循环形成核心竞争力。

第三部分（第5、6章）对管理咨询企业核心竞争力的综合评价及培育展开研究，得出两点主要结论：（1）根据管理咨询企业核心竞争力的体系结构及构成要素构建综合评价指标体系，结合层次分析法、灰统计法和模糊评价法构建的管理咨询企业核心竞争力综合评价模型能够较好地克服评价信息灰性及专家判断的模糊性，对3家管理咨询企业核心竞争力的评价结果与这3家企业的运营表现一致。（2）管理咨询企业核心竞争力的培育与提高应着重于咨询企业核心竞争力构成要素培育和知识创造环境建设两个方面；其中知识创造环境建设主要体现在组织环境、知识创造与共享基础设施、激励机制3个方面。

第四部分（第7章）为结论及有待于进一步研究的问题。

本文的研究成果进一步拓展了核心竞争力理论，为管理咨询企业培育和提高核心竞争力提供了理论依据。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 梁圣勇

A3 丁荣贵

PB 山东大学

T1 HN企业管理顾问公司服务营销策略研究

CL 硕士

YR 2012

K1 管理咨询;服务营销;营销策略组合

management consulting;;service marketing;;marketing tactic mix

AB HN企业管理顾问公司在2000年成立,是专业化的企业管理顾问公司,创业股东包括企业职业经理、高校教师、和其他专业人士。公司从成立之初就致力于站在企业的角度,为客户提供优质的、高水平的、适合企业需要的、能落地的专业服务。以“量体裁衣、思路落地、参与执行、标本兼治、授人以渔”的实战风格获得企业用户的高度认可,在管理咨询行业内享有较高的知名度和美誉度。

处于发展阶段的HN企业管理顾问公司的经营状况最近并不乐观。在业务量上,虽然多年发展,形成了一定的规模,有10几家分公司,年销售额超过千万元,但主要是吃老本,新的订单不是很多,在日益激烈的竞争中显得很被动,无法更有效地开展业务。所以,HN企业管理顾问公司在做大做强做久的远景战略方面存在很大的挑战和困难,在现阶段存在着相当大的经营风险。

在中国像HN企业管理顾问公司这样的管理咨询公司很多,他们面临的情况有很多相似之处,HN公司的境遇具有普遍性,因此分析服务营销策略在管理咨询中的运用,制定出不同阶段的营销策略组合对于增强HN企业管理顾问公司的市场竞争力具有积极的意义,对其他管理咨询公司也有现实的参考价值。

本文从营销学的角度进行研究,综合运用文献法、比较研究的方法、系统研究的方法、案例分析、宏观分析与微观分析等多种分析方法。首先对HN企业管理顾问公司的发展情况、面临的困难、问题进行分析后,介绍服务营销的相关理论,在对公司的市场环境PEST分析、行业竞争环境五力模型分析后,对HN企业管理顾问公司进行SWOT分析,并进行市场细分、选择和市场定位,分析了适合HN企业管理顾问公司的7P服务营销基本策略,包括产品、价格、渠道、促销、有形展示、人员、过程等基本策略,然后按照项目的生命周期理论,设计了在管理咨询项目不同阶段的营销组合,来提高管HN管理咨询公司的市场竞争力,在激烈的市场竞争中不断发展,将公司做大做强做久。

本文主要由五部分组成：

第一部分为概述,是第1章的内容,主要是提出问题。先对论文的研究背景即HN企业管理顾问公司的发展状况、面临的问题进行分析,然后介绍了论文的研究意义、研究方法思路和基本框架。重点是把HN管理公司面临的问题提出。

第二部分为理论综述,是第2章的内容。主要是管理咨询的发展状况和相关理论综述,包括管理咨询、服务营销的基本理论,并简单介绍7P营销策略；

第三部分是解决问题的过程分析,其中在第3章对HN企业管理顾问公司进行市场环境分析、行业竞争环境分析；第4章在对HN企业管理顾问公司的内部资源分析后,用SWOT工具(分析管理咨询公司的优势-S、劣势-W、机会-O和威胁-T),构建出其SWOT矩阵,进而进行市场目标的细分、选择和市场定位；

第四部分是解决问题,在第5章分析HN企业管理顾问公司的7P服务营销基本策略在管理咨询中的运用；第6章中提出,按照咨询项目生命周期理论,在管理咨询项目的不同阶段采取不同的策略组合,进行咨询营销,即识别咨询需求阶段的5P营销策略,提出解决方案阶段的4P营销策略,执行解决方案的4P营销策略和结束咨询项目阶段的3P营销策略。

第五部分是第7章,提出总结与展望,得出主要的研究结论和存在问题。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 杨琦

A3 冯德雄

PB 武汉理工大学

T1 基于价值链的管理咨询企业竞争力研究

CL 硕士

YR 2012

K1 管理咨询企业;竞争力;价值链

Management Consulting Company;;Competitiveness;;Value Chain

AB 早在1926年,芝加哥大学教授McKinsey创建了一家以自己的名字命名的咨询公司,成为管理咨询业诞生的标志。作为新兴产业和智力服务行业的咨询业,正在世界范围内蓬勃发展,成为“朝阳产业”之一。

我国正处在全面建设小康社会的关键时期和深化改革开放、加快转变经济发展方式的攻坚时期,这将为我国快速发展中的管理咨询业提供一个更理性、更具挑战性的机遇。许多跨国管理咨询公司正瞄准我国市场,纷纷落户北京、上海、广东等发达地区,在与本土管理咨询公司的激烈“争夺战”中,让我们学习了更先进的理念与方法,同时也看到自身的优势与潜力,通过学习与借鉴成功案例提升自身竞争力变得尤为重要。

从波特的价值链及竞争优势理论中,我们得到的启示是：一个企业的竞争优势主要取决于企业价值链上的各种价值活动与如何高效管理其价值链系统。因此,以价值链分析的视角研究我国管理咨询企业的竞争力既具有理论意义,又具有实践指导价值。

本论文从以下几个方面来展开基于价值链的管理咨询企业竞争力研究：

首先,对国内外企业竞争力理论、价值链理论以及管理咨询的关联性研究方面的现有成果进行了综述和总结,对理论之间的逻辑联系以及行文思路做了深入思考,并明确论文研究的方法论。

其次,从管理咨询的发展沿革介绍到我国管理咨询企业的竞争力状况,并从五个方面对现存问题进行了揭示和分析。

再次,界定出管理咨询企业的一般价值链构成,随后识别出价值创造过程中的竞争优势环节,再由问卷调查和统计分析提炼出影响管理咨询企业竞争力的因素指标,通过因子分析中的主成分分析,提取出咨询团队的实力及服务水平、市场活动能力、知识管理与共享、人力资源制度建设及基础资源的整合这五个主因子,在此基础之上构建出管理咨询企业的竞争力驱动模型。并挑选出五个具有一定代表性的管理咨询公司,分别计算出其综合竞争力得分,以检测该模型的应用情况。

最后,对全文进行总结和展望,针对本研究的局限性提出今后进一步研究的内容与方向。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 陈灿

A3 叶飞

PB 华南理工大学

T1 TL咨询公司咨询服务流程重组的研究

CL 硕士

YR 2011

K1 产品认证;咨询服务;业务流程重组;顾客需求

Product certification;; Consulting service;; Business Process Reengineering;; Customer demands

AB TL咨询公司是华南地区名列前茅的产品认证咨询服务公司,主要从事电器、灯具等需要带电工作的产品进入各国市场前认证的咨询服务。TL公司从1998年成立以来逐步建立了专业的服务队伍,积累了一定量的客户群体。随着各国对于带电产品安全性能的关注不断加强,国内对于产业结构调整的要求,制造型企业面临的生存压力日趋严重,他们对于服务单位的要求不断增加。TL公司长期形成的组织结构与流程方案在目前不断调整和发展情况下,已经不能很好地满足客户的需求。为保持及扩大业务范围,增强服务能力,进行流程改善是亟待需要解决的问题。

本论文首先对TL公司所在的行业的以及其客户特征进行详细分析,通过客户满意度调查和员工满意度调查,对TL公司现存的问题进行归纳与总结。基于SIPOC模型和ASME方法对于公司目前的组织架构和咨询流程进行分析诊断。使用ESIA方法对TL公司现有的业务流程改善点进行分析。根据咨询服务流程诊断分析结果,提出了适合其自身特点且切实可行的新流程方案。新的流程重组方案包括部门设置、组织结构、服务流程重组和信息平台使用等等方面。由于现今社会面临着客户、竞争、变化的重大挑战,TL公司通过流程重组,可将其专业服务水平、服务效率提高,有效降低TL公司内部沟通和信息传递的成本,使TL公司内外部沟通更为顺畅。

在提出新的流程方案后,通过内部专家讨论对新的业务流程进行评价,指出其存在的不足之处并加以改善,最后定出切实可行的流程重组方案。

新业务流程对于TL公司的长远发展有着积极的作用,对于咨询服务类型企业也起到一定的借鉴作用。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 宋飞

A3 冷绍升

PB 中国海洋大学

T1 YR管理咨询公司精益跟踪服务模式研究

CL 硕士

YR 2011

K1 精益理论;跟踪模式;服务链

lean theory;;tracking model;;service chain

AB 管理咨询业是提供信息和咨询服务的特殊服务行业,国内管理咨询业兴起于20世纪80年代,随着我国改革开放的不断深入,以及国外管理咨询公司的加入迅速提升了管理咨询业竞争态势,而作为本土管理咨询企业也在理论和实践的不断摸索中迅速扩张和壮大。管理咨询企业服务目的在于迅速满足客户企业管理咨询需求,以实现企业效益最大化。价格、服务、质量是影响客户满意度的三个关键因素,随着国内管理咨询行业的不断成熟和客户企业管理咨询需求的日趋成熟,客户企业更关注于管理咨询服务的质量,因此行业市场正由价格竞争向服务竞争和品质竞争转变。作为一个中型管理咨询公司,受客户企业需求多样化、市场竞争日趋激烈以及市场竞争平台转变的影响,YR管理咨询公司需要通过自身问题的发现、分析,以与客户建立长效合作机制、顺应市场发展以及企业效益最大化为核心,展开精益跟踪服务模式的研究。

本文以精益理论、跟踪模式理论以及服务链理论为理论依据,综合运用文献法、对比法、案例分析等多种分析方法。首先结合国内外研究现状,在理论基础上对精益跟踪服务模式进行理论分析,最后进行概念的界定和特征描述。对YR管理咨询公司进行业务介绍,从一般问题和个性问题的角度展开问题分析,将传统业务流程分为市场调研、课程及方案设计、项目团队构建、营销环节、项目再分析与调整、项目实施、单项目服务及跟踪、精益化跟踪服务中发现或促成客户新需求形成二次销售前端八个模块,从每个模块展开服务运作问题归纳及根源分析。由问题的归纳和分析进而提出精益跟踪服务模式架构,在模式架构分析中加入二次销售前端模块以完成整个模式的完整和顺畅循环,通过业务流程八个模块的精益化分析和理解,最终实现整个模式流程销售末端向二次销售前端的精益跟踪服务。同时,以精益理论为核心,运用跟踪模式结合服务链理论,形成平台构建阶段、中期实施推进阶段和后期跟踪上升阶段三阶段精益跟踪服务模式流程推进平台,巩固各阶段精益跟踪服务模式的顺利实施,以关键性的后期跟踪上升阶段完成整个模式流程循环,从而促成与客户长效合作机制的不断巩固和提升。

在精益跟踪服务模式实施过程中,以客户需求及效益最大化为导向,通过服务链完善与创新、精益化提升品质对于客户企业的应用、差异化竞争之服务营销等角度,结合YR管理咨询公司精益跟踪服务模式架构和实施案例,进行实施策略和实施步骤的归纳和分析。

精益跟踪服务模式的创新不仅仅涉及服务领域,而是理念和策略的创新。在实践中,使服务链首尾相连形成可持续发展的良性循环,还改变企业传统销售模式,解决了占领市场与高附加增长无法植入的矛盾。通过YR管理咨询公司精益跟踪服务模式实施的案例,更生动鲜活的展示了服务也是营销也是直接创利内容的新概念。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 肖剑斐

A3 徐保根

PB 浙江财经学院

T1 土地咨询公司营销人才选拔可拓评价研究

CL 硕士

YR 2012

K1 土地咨询公司;营销人才选拔;可拓评价

Land consulting company;; Marketing personnel selection;; Extension evaluation

AB 土地咨询公司作为典型的项目型企业,其所从事的项目大都为政府公共项目,其所需求的营销人才与传统的生产型公司不同。现实中由于营销人才选拔失误给土地咨询公司造成重大损失事件时有发生,如何科学选拔出适合土地咨询公司营销岗位的营销人才,成为公司关注的一个焦点,也是一个难点。本研究致力于这一难点,为土地咨询公司人力资源部门科学选拔营销人才提供量化依据,同时也对项目型企业选拔营销人才提供一定参考。但目前对项目型企业营销人才选拔的研究还比较薄弱,这一领域的研究成果较少,特别是土地咨询公司营销人才选拔评价研究的成果,在笔者可查阅文献范围内未见公开报道。为此,本文在借鉴相关人才选拔研究成果基础上,针对这类公司营销岗位的特点,基于可拓学理论和方法,开展土地咨询公司营销人才选拔可拓评价研究,丰富现有项目营销人才选拔方法。主要研究内容包括:

(1)针对营销人才是否适合土地咨询公司营销岗位具有动态性和可转化的特点,基于可拓学理论,设计土地咨询公司营销人才选拔的可拓评价方法。

(2)在人才选拔、人岗匹配等研究成果的基础上,从土地咨询公司营销工作特点出发,分析胜任这一工作所必须的各种知识技能及能力素质,通过专家调查,选择具有代表性的各种评价因素,确定可拓评价指标,分为知识技能、个人品质、能力素质、动机需求等4个方面27个指标。

(3)通过请包括土地咨询业专家、土地咨询公司营销经理、项目负责人、土地相关部门科员及领导以及高校相关课程的教授在内的专家对各项指标进行打分,来确定各指标间相对重要性分值,运用模糊层次分析法确定各评价指标的权重值。

(4)在借鉴现有有关评价参数研究成果基础上,通过运用经验判断、岗位要求重要性分析法、优秀营销人才标杆法及向企业管理层与人力资源及土地咨询业专家进行咨询,确定出各评价指标的经典域、可拓域与非域,确定土地咨询公司营销人才选拔可拓评价指标域区间。

(5)选取浙江省杭州市万通土地规划设计有限公司、浙江省国地咨询有限公司为案例公司,在实地调查的基础上,获取从这两家公司选取出的4名评价对象各项评价指标的实际状态值。应用项目评估软件Evaluate App进行分析,得出可拓评价结果,并提出公司如何更加有效的选择合适的营销人才及个人如何通过努力自我提升,来适应这一工作的对策和建议。

实证研究部分得出4名评价对象可拓评估结果为:可拓综合评价结果排名从前到后分别为小b、小a、小c、小d。其中小b完全适合土地咨询公司营销工作,小a、小c及小d有条件适合该工作,即他们可以通过付出一定的努力,改善某些存在不足的指标,达到完全适合土地咨询公司营销工作的程度。

本研究认为:(1)本研究得出的可拓评价结果与实际具有较好的一致性,针对土地咨询公司营销工作特点采用的营销人才选拔可拓评价方法及其可拓评价指标、指标权重、指标域区间(经典域、可拓域、非域),对这类公司的营销人才选拔评价具有一定的借鉴作用。(2)可拓评价方法应用于人才选拔评价具有一定优势,可以动态反映营销人才各方面特性,量化出评价对象各项指标的岗位影响程度,动态刻画出评价对象的岗位适宜情况,在人才优选方面具有一定的参考价值。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李小青

A3 马行天;康美娟

PB 西安石油大学

T1 科技信息咨询项目管理方法应用研究

CL 硕士

YR 2011

K1 科技信息咨询;项目管理;情报学;应用研究

science and technology information consultation;;project management;;informatics;;applied sesearch

AB 科技信息咨询是为科研机构和科技生产企业提供服务是专业咨询,主要是促进科研成果的迅速转化,使科技生产企业产生利润回报。科技信息咨询的项目管理是指运用项目管理的方法与理论,对科技信息咨询项目进行质量控制和全程管理。

科技信息咨询行业有非常很广阔的发展前景。项目管理的方法与理论已经成功地运用在很多行业及领域。但目前国内对科技信息咨询行业的项目管理缺乏系统研究和相应规范。研究科技信息咨询行业的项目管理有重要的意义。

该论文系统调研了国内外项目管理在科技信息咨询的应用现状,在此基础上阐明该课题的意义与发展前景；也深入研究了科技信息咨询项目管理的特点以及对科技信息咨询项目实施项目管理的益处；重点研究了项目管理方法和科技信息咨询的可结合性和结合点,详细阐述了如何在实际中贯彻项目管理的方法与理论；最终提出科技信息咨询的一套理想模式及工作流程。

项目管理在科技信息咨询中的应用重点是通过项目管理的周密计划和系统统筹的思想,应用工作分解结构、里程碑计划、甘特图或网络图技术、责任矩阵法等方法和技术,控制项目实际进程,达到流程规范、资源平衡、团队合作、质量优良的效果,实现科技信息咨询项目管理的目标。

科技信息咨询的项目管理研究,有助于信息咨询机构建立科学有效的项目管理模式,同时也拓展了项目管理应用领域。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 吴晓美

A3 陈洪安

PB 华东理工大学

T1 P咨询公司的员工绩效考核实例研究

CL 硕士

YR 2012

K1 关键绩效考核指标;绩效管理;咨询公司

KPI;; Performance Management;; Consulting Company

AB P咨询公司是一家为中、小型外资企业在进入中国前期开拓、中期发展的工作中提供专业管理解决方案的一家外商独资企业,其员工凭借他们所拥有的专业知识和丰富的工作经验为客户提供专业化的咨询服务和相对应的解决方案。当前,如何来提升公司员工的工作绩效、如何能保持该公司的市场竞争优势和如何使他们拥有核心竞争能力,以上这些问题已经成为P咨询公司管理层急切需要思考和解决问题的工作重点。如今,.在P咨询公司的整个绩效管理过程中仍然存在着一些问题,其中包括：绩效管理目的在企业员工和管理层那里不是很明确、清晰；员工的绩效考核指标在设立时没有按照科学化、系统化的要求进行设置；以及该公司在绩效考核结果的运用上过于单一。

本文针对上述在P咨询公司与员工之间发生的绩效管理问题,并依据现代企业经营管理方法,运用各种绩效考核管理技巧,如：关键绩效考核指标法和平衡计分卡法等绩效考核方法,以发展企业核心竞争力为目的,结合咨询公司的业务特点,对企业员工的绩效管理体系进行了全方位的研究和分析。在对P咨询公司绩效管理制度进行分析时,通过对其考核方法、考核流程和考核结果的运用等方面以及基于咨询类企业员工在绩效管理特点的基础上,通过调查、研究和资料收集等研究方法,重点对P咨询公司面向员工的绩效管理体系的导向问题、指标设计、考核主体、考核方式和考核周期等提出了建议和意见,同时对绩效考核结果的运用进行了探讨。

本论文的主要研究成果是通过对P咨询公司员工的绩效管理体系的研究与应用,希望P咨询公司能借此机会发现绩效管理执行过程中所存在的问题,并能及时更正其不足之处和缺点,以此提高企业的核心竞争力和进行企业文化建设,且提升员工的业务能力和工作态度。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李勇炬

A3 胡其辉;黄宇飞

PB 云南大学

T1 ZH管理咨询公司营销策略研究

CL 硕士

YR 2012

K1 管理咨询;服务营销;市场营销策略

management consulting;; service marketing;; marketing strategy

AB 起步于上世纪90年代的本土管理咨询公司,尽管一些公司已经发展得比较成熟,但总体而言,对于处于经济转型,行业转型的国内市场却还是不能很好的去进行把控。大多数的咨询公司对于如何去有针对性的进行市场的开拓和营销应该说还属于比较幼稚和混沌的状态。本文从我国管理咨询业的现状入手,以服务营销、关系营销和客户关系管理为理论基础,结合大量的国内外案例和相关数据,对ZH公司在发展与成长过程中所采取的市场营销策略进行剖析和研究,提出了针对ZH公司的个性营销方案,这对于正处于发展阶段的其他管理咨询公司具有较强的借鉴和现实意义。

本论文共分六个部分：第一部分为绪论,讨论管理咨询市场营销的背景、意义和方法；第二部分通过研究对比国内外的管理咨询行业,了解管理咨询业在国内外的发展状况；第三部分对管理咨询行业目前在国内的营销现状进行分析和阐述；第四部分具体讨论ZH公司在发展过程中大体的阶段性营销特点；第五部分是本文的重点,结合ZH管理咨询公司的实践案例,从多种营销组合的角度来剖析ZH公司市场营销策略；第六部分通过分析管理咨询公司目前市场营销方面的问题,然后有针对性的提出了相应的对策。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 庞新华

A3 李少惠

PB 兰州大学

T1 我国政府决策过程中专家咨询制度的研究

CL 硕士

YR 2011

K1 专家;专家咨询;专家咨询制度;政府决策

expert;; expert advice;; the system of expert consultation;; government decision-making

AB 现代意义的政府决策专家咨询制度最早出现在西方发达国家。近年来,我国随着改革开放和政府职能的转变,专家咨询制度在实践中得到质和量的飞跃,在政府决策中充分显示了该制度的优越性。然而,与西方国家成熟的专家咨询制度相比较,我国的专家咨询制度尚存在一些差距,该项制度设计的本来效果并没有得到充分发挥。本文就是以我国专家咨询制度在政府决策中的发展状况和不足之处为视角,试图对专家咨询制度的现状和完善作以自己的梳理。

首先,论文对概念和理论基础进行了介绍。其次,论述了国内外专家咨询制度的发展现状及特点。选取了几个发展的比较成熟的国家进行了具体分析,介绍了其相关做法,论文通过对比归纳,对专家咨询制度的共同特点进行了总结。同时主要针对我国专家咨询制度在实践中存在的问题进行了论述。认为在实践上,我国专家咨询受各方利益冲突导致专家咨询制度的功效弱化；专家咨询运行制度的不规范;运用专家咨询制度的社会氛围不够浓厚,组织发展不均衡。最后,针对以上不足,提出了改进专家咨询制度的总体建议。具体来说,包括：转变政府职能,加强权力的自我约束；消除咨询活动的行政色彩,保障咨询活动的独立性；充实专家的参与权,形成与政府决策权之间的制衡结构；优化专家结构,提高咨询质量；引入公众参与机制,实现政府、专家和公众的良性互动。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 何志发

A3 秦德智

PB 云南大学

T1 某设计咨询企业员工激励体系重构

CL 硕士

YR 2011

K1 设计咨询企业;激励;激励体系;职业生涯规划

design consulting firm;; incentive;; incentive system ;; career planning

AB 随着经济全球化的发展,企业实力的较量发生了新的变化,企业“软实力”日益取代“硬实力”成为构成企业的核心竞争力。硬实力可看作是财力物力之间的比拼,“软实力”可以看作是人力资源的较量。对于设计咨询公司,人力资源更为重要,他们员工多是承载着知识的创造、利用和增值的知识型员工。然而,激励成为企业留住吸引员工必不可少的手段。根据需要层次理论,人的需求从低到高发展起来,必须在满足基本需要基础加以完善满足员工更高的需求。因而,合理薪酬体系成为激励体制的基石。

本文在对激励及激励体制相关研究领域的理论及实践成果进行系统的文献研究的基础上采用规范性研究与实证研究相结合的方法,通过网上咨询调查和访谈的形式,对A公司员工的需求因素及实际激励效果进行调查,发现问题,分析原因,然后依据激励理论,借鉴国内外已有的研究成果,提出改进建议,设计出符合公司实际的员工激励体系。本文分共分为七个部分,其中前两部分主要介绍激励一般理论,第三部分是A公司基本情况及其激励体系现状介绍,第四部分是第五部分的“骨架”,提炼出本公司设计激励体系基本策略和基本框架。第五部分详细阐述公司激励机制的重新设计方案,试图从薪酬设计、职业规划设计等方面进行全面改进,并通过第六部分的保障措施的实施,试图建立一套长远性科学性的激励组合体制,达到用待遇、发展、文化留住人才。第七部分为本文的结论。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘鑫

A3 黄庐进

PB 华东理工大学

T1 留学中介公司如何提高顾客满意度

CL 硕士

YR 2012

K1 留学中介;顾客满意;差距模型;服务蓝图

Agent of Studying Abroad;; Customer Satisfaction;; Gap Model;; Service Project Outline

AB 随着服务经济的发展,很大程度上促进了信息产业、咨询服务业、旅游业、教育、环保等服务业的快速发展。留学中介作为自中国改革开放以后涌现出来的新兴咨询服务行业,也随之进入了高速成长和逐步完善期。但随着留学中介行业的逐步规范化、同行业的竞争的加剧以及留学人员选择的日趋理性化,同质化的服务产品本身已很难具备竞争优势,取而代之的则是关于服务质量的竞争。留学中介公司若想在竞争中取胜,关键在于必须具备比竞争对手更强烈的顾客满意为导向的服务意识。

本文首先简要介绍研究背景、目的、方法和框架等,对相关理论综述。其次,简要介绍了上海留学中介市场的发展和问题。再次,以S留学中介公司为例,分析顾客满意问题。最后,进一步探讨S留学中介公司提高服务质量和顾客满意度的相应策略。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李建伟

A3 严汉平

PB 西北大学

T1 YZYX管理咨询公司营销策略研究

CL 硕士

YR 2011

K1 管理咨询;营销策略

management consulting;; Marketing strategy

AB 近二十年来,我国管理咨询业发展很快,每年都有上千家新的管理咨询公司注册,同时也有近千家公司被洗牌,而且普遍处于低层次的生存阶段。研究发现,多数管理咨询公司都没有理解管理咨询的服务特性,也没有结合自身的核心能力,制定并应用具有针对性的营销策略体系。某种程度上说,制约我国本土管理咨询公司发展的首要因素就是市场营销。

管理咨询公司通过专业的服务方式,帮助客户解决企业管理中的实际问题,管理咨询属于典型的服务业,管理咨询公司属于服务型公司,所以,管理咨询公司的市场营销策略必须从服务营销的属性出发,利用服务营销组合理论来指导管理咨询公司的营销策略。本文就是在此理论指导下展开研究的,主要由五个部分组成：第一部分为导论,主要对论文的选题背景、选题意义、研究思路与方法、研究内容与框架等进行简单介绍；第二部分介绍管理咨询和营销理论的基本概述；第三部分首先通过SWOT、五力模型等工具重点研究了YZYX管理咨询公司实际情况,然后提出构建服务营销策略体系对提升YZYX市场竞争力的意义；第四部分首先确定了YZYX管理咨询公司的STP营销战略,然后以营销组合策略为框架,从产品、定价、渠道、促销、人员、有形展示和过程等七个方面来构建YZYX管理咨询公司的营销策略体系,并对营销策略体系的实施提出了建议；第五部分主要介绍论文的结论、创新点、研究的不足以及今后的研究方向。

本文旨在通过对管理咨询行业及营销理论的研究,根据YZYX管理咨询公司营销开展的实际情况,提出了YZYX管理咨询公司构建服务营销策略体系的必要性。然后以服务营销组合为主线,研究与探讨其营销策略体系的制定与应用问题。同时,本文的研究成果对于我国众多管理咨询公司的营销策略体系建立具有一定的推广价值。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 危伟

A3 严汉平

PB 西北大学

T1 JH公司知识型员工绩效管理体系方案设计研究

CL 硕士

YR 2011

K1 JH管理咨询有限公司;知识型员工;绩效管理

JH Management Consulting Co., Ltd.;; Knowledge Worker;; Performance Management

AB 我国社会经济在改革开放以后的快速发展,使得将近30年的发展成果促使我国进入了关键的全面转型时期。在这一时期,经济时代的影响已经成为必然的时代特征,这就促使对知识型员工的争夺显得尤为激烈,这关系到现代企业的生存和发展,关系到企业可持续发展能力是否可以实现的关键。因此,考虑到知识型员工的绩效对于现代企业发展的核心作用,因此,利用绩效管理创新来推动知识型员工队伍的建设就显得尤为重要。

本文正是朝着这一目的,选取了以知识型员工为主题的JH管理咨询有限公司作为研究的主要对象,在给了知识型员工以及针对其绩效管理的全面介绍的情况下,通过对JH公司实施的针对知识型员工的绩效管理工作的总结和分析,结合知识型员工自身的独特特点,本文对该公司针对知识型员工所建立的绩效管理体系进行了构建,并且对构建后的绩效管理系统的运用进行了必要的评价,从而为解决该公司的知识型员工绩效改进问题提供了一定的参考和借鉴作用,也有利于行业内其他企业知识型员工绩效管理的提升和发展。

本文在系统分析和研究后认为,知识型员工所具备的与众不同的特点使得针对他们所设计和实施的绩效管理体系也会和其他领域的管理有较大的差异。并且结合了管理对象特点的管理体系能够起到比以往的管理更为优异的管理效果。因此,在绩效管理工作中,要结合具体的考核对象来设计和实施符合管理原则的不同的管理系统,才能较好地推动我国绩效管理理论和实践的健康发展,为我国的和谐社会建立提供一份动力。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 唐德振

A3 尚珊

PB 山西大学

T1 虚拟咨询企业的激励机制探讨

CL 硕士

YR 2011

K1 虚拟咨询企业;知识型员工;激励;目标

Virtual reference enterprise;;Knowledge workers;;Incentive;; Targets

AB 进入21世纪后,“知识创造财富”为越来越多的人所接受,同时伴随着计算机技术和网络技术的发展,个人和企业对低价可靠的知识服务的需求更加迫切,在这种环境下,虚拟咨询企业应运而生。但是由于缺少相关理论的指导,虚拟咨询企业的发展举步维艰,企业对于相关理论的渴望十分迫切。

虚拟咨询企业的员工作为知识型员工的一种新的形式,他们与传统的知识型员工有着很多相似的地方,因此,本文参考传统知识型员工的相关理论,尤其是激励理论,结合虚拟咨询企业自身的特点,对虚拟咨询企业的激励机制进行了探讨。本文主要从虚拟咨询企业在调查中暴露出的激励机制简单,方式单一,权利义务不明确等问题入手,参考知识型员工的激励理论,与虚拟咨询企业自身特点紧密结合,从物质激励、能力激励、成就激励和环境激励等角度,提出了一些建立激励机制的合理建议。

由于虚拟咨询企业是一个将知识商品化的平台,丰富多变的物质激励方式是虚拟咨询企业的激励机制能够有效激励的基础,本文参考相关理论,创新的提出了“股权”激励、实行奖金沉积的薪酬激励、收益保证金激励三者相结合的物质激励机制,此外,根据精神激励对于知识型员工的激励效果更加明显的特点,本文针对虚拟咨询企业,分别从能力激励、成就激励和环境激励进行了探讨,并给出了一些合理的建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 郭琳

A3 朱丽君

PB 山西大学

T1 美国智库及其影响力研究

CL 硕士

YR 2011

K1 智库;影响力;美国;中国

think-tank;; influence;; American;; China

AB “智库”,又称“思想库”、“脑库”,一般是指以政策研究为核心,以直接或间接服务于政府为目的、非赢利的独立研究机构。它们是一类特殊的政策研究和咨询机构,是政策过程中一个重要的参与者。作为现代社会的产物,智库是为了适应现代社会高度发展的需要和满足现代国家日益复杂的决策需要而产生和发展起来的。近年来,西方国家的智库不断发展并在各自国家内外政策的制定过程中发挥着日益重要的作用。而要论智库的数量之多和影响之大,这其中又以美国为最。在长达一个多世纪的发展历程中,美国智库形成了独有的“美式风格”,也在美国的政治图景中发挥了巨大的影响力。本文通过研究美国智库的产生、发展历程及类型,其影响力的产生背景、三层影响力及特点、影响力大小的评估等,试图对智库这一类特殊的公共政策研究机构在美国如何发展,如何产生影响力及影响力大小等问题做出解答。并在此基础上,以比较的视角探究中国智库及其影响力。目前,随着中国国力的提升和社会的发展需要,中国智库进入了一个快速发展时期,也面临着难得的历史机遇。结合中国具体国情,借鉴美国智库的发展之道,研究如何繁荣发展中国的智库,是我们迫切需要解决的问题。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 禹骁金

A3 薛质;夏敬华

PB 上海交通大学

T1 IT咨询项目的风险管理和信息监理机制研究

CL 硕士

YR 2011

K1 IT咨询项目;风险管理;信息监理;管理咨询机构

IT consulting projects;; Risk management;; Information supervision;; Management consulting and advisory bodies

AB 经济全球化和信息网络化的进程,形成了当今世界最为先进的生产力。多年来的信息化建设中,我国在信息化技术上已经有了很大突破,同时企业信息化的基础设施也日趋完善;但与此同时,我国企业管理上的不规范、不科学和缺乏现代化复合型管理人才等问题也日渐成为企业管理信息化建设失败率高的一个重要影响因素。因此在信息化建设实施过程中,不能仅仅依靠IT应用供应商和服务商提供技术支持,管理咨询机构、信息监理咨询的介入也将是非常重要的一环。管理咨询机构的IT咨询项目实施风险伴随着咨询项目的各个阶段,可能的风险问题一旦出现,将会给IT咨询项目的正常进行带来严重影响。对于IT咨询项目实施风险的研究问题,难以找到可供直接查询的资料,因此对IT咨询项目的风险管理进行研究是非常有必要的,同时还有着重要的应用价值和实际意义。

本文首先通过分析IT咨询项目的内涵、业务流程和运作模式,并进一步对IT咨询项目实施和运作各阶段中的可能风险进行分析、识别和评估,结合IT咨询项目的现实运作情况,提出了IT咨询项目风险评估和控制管理的常规模型与应对策略;同时,本文还对新型的信息监理机制的概念、运作模式,以及与风险管理和控制的关联进行阐述,并通过实际案例分析,对相关论点进行证明。

本文对IT咨询项目实施风险、信息监理机制所进行的定性分析、动态评价和控制策略等研究成果,不仅对管理咨询机构、信息监理有重要的现实意义,也对其他咨询项目的风险管理有借鉴的作用。通过有效的研究与分析,使管理咨询机构对IT咨询项目实施风险机理有清晰、系统的认识,并根据风险评估来合理分配资源、制定相应的预防和补救措施,提高管理咨询机构的项目风险管理能力,促使IT项目实施企业、管理咨询机构、软件供应商的共同成长,最小化合作风险、最大化合作效益,建立风险共担、利益共享的良性合作模式。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 周洲

A3 侯西安

PB 福建师范大学

T1 我国官方思想库影响政府决策研究

CL 硕士

YR 2011

K1 官方思想库;影响力;政府决策;决策科学化

official think tanks;;influence;;government decision;;scientific decision

AB 改革开放后,决策科学化民主化成为了中国公共政策发展的目标,也是对政府决策的新要求。思想库在现代政府决策中对决策科学化、民主化有极大的支撑作用。因而,研究在中国特殊的政治文化和决策体制下成长起来的官方思想库如何参与政府决策,探讨其影响政府决策的机理途径,对政策科学的基础理论和决策科学化民主化实践具有重要意义。

论文从界定思想库相关概念入手,介绍了官方思想库的发展历程。着重对官方思想库影响政府决策的机制进行了较深入的研究,提出政策网络和知识运用是影响决策的决定性要素。然后,分析了官方思想库影响决策存在的主要问题,并对问题的成因进行详细探究和剖析。最后,根据原因,有针对性地提出了解决问题的具体思路,提出只有创新决策体制、更新决策观念、优化官方思想库人才结构,才能更好地发挥影响力。

论文采用规范分析和经验分析相结合的研究方法,查阅了相关文献,进行了实证分析,力图为官方思想库走出困境,有效影响政府决策提供可行之道。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 陶瑜奇

A3 徐万珉

PB 青岛大学

T1 中美外交思想库比较研究

CL 硕士

YR 2011

K1 中美;外交思想库;比较研究;发展对策

Chinese-American;;diplomatic think tank;;Comparative study;;Development countermeasures

AB 美国外交思想库诞生早,发展成熟完善,在美国对外政策制定中的地位可以说是权重位高,政府、国会以及政党受其影响很大,思想库在一定程度上左右着美国的外交决策。尽管中国外交思想库近年来有一定的进步和发展,取得了可喜的成就,但是由于中国外交思想库起步较晚,加上体制等原因,导致它们的发展总是受到很多限制。

本文主要采用比较分析的方法对比中美两国外交思想库各个方面,可以更直观的展现美国外交思想库发展壮大的先进经验及中国外交思想库发展过程中的缺陷,从而学习和借鉴美国思想库的优点来推动我国外交思想库走向成熟。文章首先介绍了思想库的起源及概念的界定,然后从两国外交思想库的发展演变、运行机制、影响对外决策的政治体制、主要方式及外交思想库在外交政策中的作用等方面进行比较研究。通过比较总结出中国外交思想库在体制,自身人员构成、运行机制和组织结构等方面的不足。最后,借鉴美国外交思想库成功的经验,结合中国外交思想库自身实际条件,从政府层面、外交思想库自身建设及对外交流方面提出了今后发展的建议,以推动外交思想库走出中国特色的道路。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 赵辉

A3 金永生

PB 北京邮电大学

T1 咨询行业知识类产品的市场营销策略研究

CL 硕士

YR 2011

K1 知识类产品;咨询行业;市场营销策略

Knowledge;;ProductsConsulting;;Industry Marketing Strategy

AB 随着我国的经济发展突飞猛进,产品以更多的交付和体现形式出现在市场上,其中知识类产品就是一个典型的例子。近年,知识类产品作为一种新的产品形态出现在市场营销的研究领域,而咨询行业知识类产品作为其中的一个突出代表,在中国近年迎来了飞速发展的同时,也给市场营销研究带来了新的课题。

与市场经济处于成熟阶段的发达国家相比,我国的咨询行业是在20世纪80年代末伴随着经济体制改革的发展逐步发展起来的,因此针对咨询知识类产品乃至整个知识类产品的领域市场营销研究都不足,尤其是具备中国特色的知识类产品营销的方面的理论研究沉淀不足,直接导致了相关市场营销的理论和方法大部分是借鉴国外咨询企业的理论、方法和经验的基础上成长起来的。与国外咨询行业相比,国内咨询行业无论是理论研究还是实施执行各方面都有很大的差距。

故本人以“咨询行业知识类产品市场营销策略研究”作为MBA硕士毕业论文,通过对于知识类产品定义、特征的分析及市场营销的理论和方法研究,结合了A集团的实际市场营销管理情况,进行了咨询行业知识类产品市场营销策略分析和探讨,同时总结归纳出知识类产品的营销和实施策略。希望能够对于相关咨询行业知识类产品企业的市场营销策略提供一些新的思路。

本文的研究内容分为如下几个部分：

第一部分是导论,主要就本研究的背景、意义和方法等进行了整体的阐述。第二部分是文献综述,将国内外相关咨询行业的发展和市场营销的研究情况进行了描述。第三部分主要在知识产品的大背景下,对于知识类产品的界定与分析进行了探讨,同时特别针对咨询行业的知识类产品进行的特征分析。从第四部分开始,作者重点描述A集团的市场营销策略现状,对于公司的基本情况、营销现状、挑战和机会以及竞争态势进行了充分的分析。第五部分中,作者与国外咨询行业知识类产品的营销策略进行比对分析,并在第六部分从营销战略定位、产品定位、渠道、营销推广等几个方向,对于A集团的市场营销策略进行设计,并得出一些行之有效的市场营销策略。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 贺鹏皓

A3 韩庆兰

PB 中南大学

T1 北京和勤天成管理咨询有限公司战略研究

CL 硕士

YR 2011

K1 和勤天成;管理咨询;上市咨询服务;发展战略

United-Succeed;;Management consulting;;Management consulting for IPO;;developing strategy management

AB 咨询行业在中国是一个朝阳产业,咨询业也是一个知识密集型行业,在某种程度上说,一个国家或地区咨询业的发展程度也反映其经济发达程度。管理咨询服务的范围涵盖战略咨询、文化咨询、营销咨询、人力资源咨询、生产管理咨询、信息化咨询等方面。管理咨询企业自身既遇到了空前的发展机遇,同时也面对更加激烈的市场竞争挑战。由于管理咨询行业发展迅猛,一些小型公司如雨后春笋目前行业内的竞争越演越烈,因此,正确认识该产业的竞争态势,制定相应的发展策略是业内人士当务之急。

本文以北京和勤天成管理咨询公司为研究对象(以下简称和勤天成),运用PEST分析法,分析企业外部的政治、经济、技术、文化等方面环境因素；运用SWOT分析发,对企业内外部关键因素进行了分析；并利用“波特的五种力量模型”,对咨询服务行业的竞争态势进行了分析,通过以上分析,找出行业竞争中存在的威胁和机会。同时,对和勤天成企业内部的管理水平、营销水平、服务和质量控制能力、研发能力、企业财务状况和管理水平进行综合分析,对企业内部优势和劣势进行评价,并分析企业特有的能力和重要的弱点。然后对企业业务层面运用波士顿举证进行分析比较,引导企业发展自身优势业务,放弃劣势项目以及利用机会业务提供战略备选。再通过分析企业的发展战略及竞争战略,结合已经确定的企业任务和企业中长期目标,确定出企业应该选择的竞争战略及实施竞争战略的保障条件。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘大为

A3 李翔宇

PB 广西师范大学

T1 中国思想库政策参与：问题及对策

CL 硕士

YR 2011

K1 思想库;政策参与;问题;对策

Think Tank;; Policy Participation;; Problems;; Countermeasures

AB 党的十七大报告指出“鼓励哲学社会科学界为党和人民的事业发挥思想库作用”。思想库在现代政治生活中的重要作用是不言而喻的,甚至被誉为“第四种权力”。随着我国决策机制的逐渐完善,各级政府对公共政策科学化、民主化进程的不断推进,我国现代化意义上的思想库逐渐发展起来。然而,相比西方发达国家,我国的思想库无论是在现实发展上还是在理论建构上都相对滞后。因此,对我国思想库相关问题进行探讨有着及其重要的现实意义。

论文选择了思想库政策参与的视角,结合公共管理学、政治学和社会学三个学科,以政策过程理论、政治学相关理论和专家治国理论为理论基础,基于对我国思想库自身发展特点和我国政策文化环境等基本状况的分析,探讨中国思想库政策参与的意义、功能定位及途径,据此深入探索我国思想库政策参与所面临的问题及原因,并针对所面临的问题及原因分析,提出一系列可行性对策。文章共分为五大部分：第一部分是绪论,主要讲述了论文的选题原因和意义、研究文献综述、相关概念梳理、理论基础、研究方法和框架安排；第二部分着力分析了思想库的起源、发展阶段和趋势,以及中国思想库的发展历程、类别和现状；第三部分对我国思想库政策参与的意义、功能定位及途径做了分析；第四部分主要分析了我国思想库政策参与的问题及原因。这一部分主要立足于论述思想库自身及外部政策环境所存在的问题,针对我国思想库目前政策参与的几大问题做原因的探析；第五部分是文章的核心部分。针对第四部分对中国思想库现状政策参与所存在的问题及原因所进行的探讨,文章从外部政治环境,包括加强国家政策法律的支持、决策咨询机制的健全、信息支持体系的健全、政策论证评估制度的健全；及思想库内部自身建设,包括思想库组织管理体系的完善、资金筹措机制的完善、政策参与途径的拓展,两方面提出了一系列的对策措施。

论文的主要创新之处就在于系统研究中国思想库的诸多基本性问题,以政策参与的视角,立足于中国的实际,针对中国思想库政策参与过程中所遇到的问题提出相应对策。文章根据中国思想库自身的特点和研究需要,在前人研究资料的基础上对思想库作了新的定义,对英美国家思想库最为明显的特征“独立性”和“非营利性”进行了分析,并认为就目前来说中国大多思想库还并不具备这一特征,因而,文章将中国思想库的独立性描述为“独立运作”和“思想自由”。另外,文章就思想库政策参与的途径根据中国公共决策咨询外部政治环境作了较为深入的分析,并认为中国思想库自身功能的发挥取决于其在政治系统的位置,正是这一制约因素使得我国大多思想库对政策过程的影响还微乎其微。围绕如何促进我国思想库政策参与并能最大限度的发挥其资政议政的基本职能,及如何构建起更有利于公共决策过程引进思想库这个“外脑”以增强决策的理性成分的外部机制保障等问题,文章从思想库自身和我国公共政策外部体制环境两方面深入探讨了的我国思想库政策参与的诸多问题及提出了相应的解决措施。

现代意义上的思想库在中国出现较晚,对其进行理论研究更晚。思想先于行动,理论指导实践,为了给我国思想库的发展提供理论依据及对其功能定位和发挥进行现实指导,相关研究显得必要而迫切。公共政策作为政府治理的工具手段和具体体现,关系着国家的发展大计。因而,以构建更具理性的公共政策过程为中心的政策过程理论研究正在受到越来越多学者的重视。思想库作为政策过程中的一个重要选择机制,从政策过程的角度对其进行研究更具现实意义和理论价值。正是基于此,文章选择了这一视角。然而受限于作者的研究水平及可用的研究资料,本文还存在着诸多不足,有待于进一步修正和完善。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张璐

A3 崔运武

PB 云南大学

T1 当前我国行政决策中的民间智库参与研究

CL 硕士

YR 2011

K1 行政决策;民间智库;参与

Administrative Decision-Making;; Think Tanks(TT);; Participation in

AB 我国当代民间智库指的是建国后发展起来的、自主筹资、自主经营、自负盈亏的,由多学科专家自发组成的综合性政策研究及咨询机构,具有明显的独立性、公益性、非营利性和志愿性的特征。民间智库从政策理论出发进行综合性研究,涵盖规划、设计、分析、评估、反馈等一系列政策过程,以促进公共政策的科学民主化。民间智库较之官方智库,独立性是其最显著的特征。由于排除了政府利益、政党利益、利益集团甚至高校对政策研究的干扰,民间智库的政策研究超越了机关和集团利益,显现出卓然的独立性和前瞻性。

我国目前处于政治、经济、社会的转轨时期,新旧体制之间的摩擦和利益多元化的趋势对我国行政决策的制定和实施提出了挑战,我国在建设和谐社会和落实依法治国理念的过程中。应该实现行政决策程序向科学化、民主化、规范化的模式演变。而长期以来我国传统的行政思维模式造成官方、半官方智库存在很多弊端。中国民间智库虽然出现较晚,但由于其特殊的独立性和灵活性,是对体制内智库的有益补充,也对广泛吸纳社会声音和改进决策议程具有重要意义。

民间智库参与决策的研究始终和学术界的决策理论和参与理论具有紧密联系,因此本文从治道理论、现代民主价值和参与模式理论出发,以我国现有民间智库生存运营状态为对象,首先回顾了民间组织参与决策的理论基础和国内外研究概况,其次介绍了当前我国民间智库发展困境以及参与决策的现状,再次引入西方国家建设成熟民间智库的先进经验,然后分析民间智库参与决策面临的障碍和主要原因,最后在综合考虑国内政治、社会、意识形态的基础上,提出了完善的对策。本研究希望在完善民间智库参政机制的同时,能在提高我国民间智库的被认知度和继续发展方面提出一点点建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 何朝晖

A3 傅利平

PB 天津大学

T1 中滨海盛公司发展战略研究

CL 硕士

YR 2011

K1 安全评价;发展战略;竞争环境;战略管理

Security evaluation;; Development strategy;; Competitive environment;; Strategic management

AB 安全评价进入中国已近30年时间,真正形成一个产业也已有20年了。随着我国经济的高速发展,人文素质的稳步提高,安全评价行业也随之进入了快速发展阶段。特别是国家安监总局22号令(《安全评价机构管理规定》)的颁布实施,较大幅度地提高了行业准入条件,规范了评价机构的从业行为,加大了违法行为的处罚力度,并实行“统筹规划,总量控制”的原则。在加大监管的同时,必将促使评价机构之间展开新一轮的资源整合。

中滨海盛公司是一家以安全评价为主营业务的科技咨询公司。经过近七年的发展,在天津市安全生产中介服务领域占有了一席之地。随着企业规模的逐渐扩大,面对良好的市场机遇,如何发挥企业优势,整合资源,通过选择、制定适合公司的发展战略,引领企业做大做强,实现跨越式发展,是企业经营管理者的当务之急。

本文共分五章。第一章绪论,明确了论文的选题背景、研究的方法、内容和框架结构;第二章企业战略管理概述,介绍了相关概念和理论;第三章安全评价行业和公司概述,在介绍安全评价相关概念、起源、发展历程和行业现状的基础上,对中滨海盛公司进行了概述性的介绍;第四章战略环境分析,运用企业战略管理理论和方法,对中滨海盛公司所处的外部环境、内部环境和行业竞争环境进行了比较细致地分析;第五章公司发展战略选择,在总结公司的优势、劣势及面临的机遇和威胁的基础上,运用SWOT矩阵归纳了公司的几种战略组合,提出了总体发展战略,并提出了确保战略实施的保障性措施。

希望本文能为同行业管理者进行战略管理提供一些可以借鉴的思路和方法。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李英

A3 罗普磷

PB 西安体育学院

T1 西安市体育咨询公司发展现状及对策研究

CL 硕士

YR 2011

K1 西安市;体育咨询公司;现状;对策

Xi'an;; Sports consulting company;; Current situation;; Strategy

AB 我国体育事业的蓬勃发展造就并推动了体育咨询业的发展。随着我国经济市场化和全球化的不断深入,体育产业在其发展扩张的道路上会显得越来越力不从心,这是因为任何企业在其生命周期的各个阶段都很难将其全部职能达到最优化,并维持这种平衡。因而,作为企业就要合理有效的利用外部智力资源,即咨询公司。因为利用适合自身的“外脑”是迎接新一轮竞争的必由之路,同时也是一种投资少、见效快的明智之举。西安市作为陕西省的省会城市,体育事业一直受到关注与重视,鉴于体育咨询行业对体育事业发展的不可或缺性与重要意义,笔者将西安市体育咨询公司作为研究对象,进行走访调研,了解其客观真实的情况,并据此分析研究找出问题、提出对策。从而使西安市的体育咨询行业能健康有序的发展,并有效推动体育事业的蓬勃。同时,本论文的撰写也是为北京华体阳光体育管理有限公司进驻西安市场进行前期的市场调研,因而具有一定的现实意义。

本论文以在陕西省工商行政管理管理局、西安市工商行政管理管理局、以及西安市高新区工商行政管理管理局截止2010年11月所注册的西安市体育咨询公司为主要研究对象。主要采用了文献资料法、调查法(访谈法、实地调查法)、逻辑学方法及数理统计法,对西安市的体育咨询公司进行深入的研究,且调查结果显示主要存在以下问题：

一、政府支持力度不足、缺乏制度规范。政府相关部门没有制定能协调、指导和促进体育咨询行业发展的必要的法律法规政策和有效的监督与激励政策,也没有一套评价咨询公司资质等级和咨询顾问任用的标准,因而导致西安市体育咨询业缺乏有效地法律依托和行政管理操作规范。

二、公司定位模糊,数量少资质低没有形成行业氛围。目前,西安市的体育咨询业还没有实行统一管理,也没有建立起统一有效行业协会等自律组织。同时,无论从现有的西安市此类公司的注册数量还是公司自身规模、组织机构、主营项目以及咨询资质等各方面来看,其都不能称之为合格的体育咨询公司,远没有形成体育咨询的行业氛围。

三、多数西安市体育咨询公司的内部组织机构不合理,且从业人员素质相对偏低、人员构成也不合理。其现行组织机构模式没有一家是按照咨询机构的常规模式设置的,且公司内没有咨询部,也没有设置咨询顾问这一职位。在被调查的西安市体育咨询公司其从业人员总数为138人,其中本科学历约占总从业人数的24%;专科学历约占55%；高中及以下学历约占21%。根据这一数据显示,西安市体育咨询公司从业人员的学历及综合素质根本无法达到作为知识密集型产业的咨询业的要求。

四、从业人员对咨询行业认识不足,且主营项目出现偏差以及咨询流程的缺失。西安市大部分的体育咨询公司在其运营过程中不涉及体育咨询项目,也不涉及一般体育咨询公司提供咨询服务时所进行的基本咨询流程。而西安市体育咨询公司从业人员对咨询概念及服务的模糊认识是导致其公司主营业务偏离咨询业的一个主要因素。

五、需方市场不成熟。可以说,在某种意义上什么样的客户造就什么样的市场,西安市的很多客户对咨询业的理解还不是非常全面,客户需求也不太成熟,这在一定程度上使得体育咨询市场变得更加混乱。

以上是笔者经走访调研得出的结论,对此,希望通过强化政府作为、建立并有效发挥行业协会的作用、促进体育咨询公司的自我完善与发展、强化客户群的咨询意识等方面改善西安市体育咨询公司的现状,同时,也希望以上四方能通力合作、协调发展,共同营造一个良性循环的市场环境。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 殷前明

A3 张晓峰

PB 黑龙江大学

T1 我国政策咨询现状分析及其发展思考

CL 硕士

YR 2011

K1 公共政策;政策咨询;政府决策

public policy;;policy advice;;government decision-making

AB 当前,我国社会正处在深刻的转型之中,随着改革的不断深化和社会的不断发展,各个领域都出现了很多的新情况、新问题。随着政策制定中的复杂性日益提高,由于政府自身能力有限,在很多领域不可能实现面面俱到,所以政策咨询的必要性显得日益突出。改革开放以来,我国的政策咨询在很多领域取得了很大的进步,为我国的社会主义现代化做出了卓越的贡献。同时,我们也应该看到,我国的政策咨询还存在很多的问题,政府和官员的意识淡薄,咨询方式不够规范,咨询机构发展滞后,民间参与不足等等。改革开放之后,党和政府对政策咨询的重视日益提高,经济、文化、社会快速发展,这些都为我国的政策咨询发展打好了坚实的基础,因此,当前一个时期之内,将是我国政策咨询发展的黄金时期。我国的政策咨询应同国际上先进的政策咨询紧密联系,借鉴西方发达国家政策咨询的成功经验,同时,结合自身国情,走出一条具有中国特色的社会主义政策咨询道路。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 周茜

A3 黄娟

PB 西南财经大学

T1 基于模糊层次分析的咨询企业人力资本价值评价研究

CL 硕士

YR 2011

K1 人力资本价值评价;咨询企业;模糊层次分析

Value of Human Capital;; Fuzzy AHP;; Consulting firm

AB 一、研究背景

传统的价值评价模式,将企业进行的项目作为评价的对象,主要评价项目为企业创造的经济效益,并集中于追求经济效益最大化的过程,而忽视了人力资本作为资产对企业的贡献作用,自然会削弱企业运营方式产生的优势力量,不利于企业的持续的发展及资本主义市场经济的建设。咨询企业因以人力资本作为核心资产区别于其他行业内的企业。在知识经济时代,企业只有充分的利用、发挥员工的潜能,做到“人尽其才”才能为企业创造更大的经济效益,即员工的能力将直接影响、决定企业的获利和发展能力。咨询企业较关注员工对企业发展的影响和作用。总之,应该将“以人为本”的理念贯穿于咨询企业的发展过程,重视员工对企业的价值,即通过评价人力资本的价值分析员工对企业发展的贡献价值,并采取有针对性的措施管理人力资本价值,最终达到推动企业发展和社会进步的目的。

人力资本价值评价研究最初源于西方经济学理论体系,刚开始是从宏观经济学角度评价人力资本价值,即研究人力资本对社会经济的价值表现。随着该学科理论体系的逐渐完善,部分学者开始从微观层面探究人力资本价值问题,强调人力资本对企业经济效益的价值表现。我国对人力资本的研究始于上个世纪90年代末,刚开始的研究是以西方学者的研究成果为基础,分析人力资本对我国经济发展的作用,之后研究了人力资本对我国企业发展的价值表现。但在某些研究领域,特别对于人力资本价值评价的研究,在学术界尚未形成统一的观点和理论体系。虽然咨询企业认同人力资本的价值表现,但是因人力资本的特殊性导致咨询企业在确定战略目标和评估经济效益时,仍然很少考虑人力资本的价值表现。总而言之,评价咨询企业人力资本价值,即有助于确定各指标对人力资本价值的贡献作用,且建立人力资本价值评价体系,又能为企业经营管理提供辅助的理论依据。

二、研究目的

本文研究目的包括两个方面,其一是通过对咨询企业人力资本价值的评价研究,确定影响人力资本价值的主要指标,特别是定性指标对人力资本价值的影响,从而为企业制定发展战略和运营模式提供有力的理论支撑。同时,也能为后续评价企业价值提供一些研究思路。其二本文通过对不同评价方法的研究,认为模糊层次分析工具更适合评价人力资本价值,得出科学、准确的研究结论,同时解决了企业传统分析工具产生的瓶颈,有助于建立人力资本价值评价体系。

三、主要内容与观点

本文的主要内容和相应观点如下：

第一章是导论,主要起统领全文的作用,概述了论文的研究背景和意义、研究结构和研究方法。目前在学术界尚未对该课题形成完整的理论体系,且人力资本自身的特性所致,该课题的研究还存在一些不足,但也有助于关于人力资本价值评价的课题研究。

第二章是文献综述。本章首先界定了人力资本的定义,指明该课题研究需要准确理解人力资本价值的内涵,区分易混淆概念,并结合本课题的研究内容进行分析,为该课题的研究提供基本的理论保障。其次,本章归纳总结了关于国内外人力资本研究文献,通过查阅、学习大量文献资料,笔者以递进的层次归纳总结人力资本价值研究的文献内容,即人力资本文献评述、人力资本价值评价的文献评述和针对咨询企业涉及的人力资本价值评价文献评述。最后一节,是对本章内容的总结,提出本文的研究思路。本章和第三章的理论分析内容是对咨询企业人力资本价值评价研究的理论基础和依据。

第三章是咨询企业人力资本价值评价的理论分析。本章主要从理论分析、现状分析和研究工具分析三个角度阐述。首先,本章从人力资本价值评价的理论层面阐述了学术界的相关研究理论；其次,是对该课题研究现状的分析,主要从咨询企业人力资本现状和咨询企业人力资本评价的现状两个方面进行分析研究；最后,介绍了人力资本价值评价的分析工具,并通过对比分析指出模糊层次分析法对人力资本价值评价研究的可操作性和实用性,为该课题选取分析工具提供了理论基础。

第四章是咨询企业人力资本价值评价分析,是该课题分析研究的主要内容。本章首先阐明了咨询企业人力资本价值评价的整体思路,起总领本章的作用。第二节是选取评价指标。本节首先分析了评价指标的设计原则；其次,以现有的研究成果为基础,结合本课题的研究内容,最终确定了人力资本价值评价的各个指标,并建立了人力资本的价值评价指标体系。该体系由三层指标组成,即一级指标是目标层；二级指标层由八个指标构成；三级指标层由二十六个指标构成。第三节是建立评价模型。本节首先确定了指标评价集,每个集合的子集由二级指标层对应的三级指标层中的各指标组成。构建模糊判断矩阵,需要先以层次分析法确定各层的判断矩阵,通过计算确定各层指标对应的权重,再利用各层指标权重构建模糊判断矩阵。其中,本章分析时的原始数据是以调查问卷的方式获得,后续是在excel中设置公式完成数据的整理、核算工作。因模糊层次分析法的原理是将模糊数学的概念与层次分析法相结合。最后,运用模糊数学方法对判断矩阵进行分析,构建出所需的模糊评价矩阵。第四节是对模糊结果的分析过程。本节通过前几节的分析得出最后的分析结论,并说明了结果数据所表示的意义。第五节是对本章分析内容的总结。

第五章是咨询企业人力资本价值管理。本章是在第四章分析研究的基础上,有针对性的提出提高人力资本价值的管理办法。通过第四章的分析可知,各个指标对人力资本价值评价的权重各不相同。本章将对排序靠前的指标着重分析,以此作为本章研究内容的出发点。笔者认为,因主要加强对员工执行力、品质、学识和企业业绩四个方面的管理,为每一指标提出有针对性的意见和建议。但是本章研究内容的实践意义有待实际工作的检验和学术界的进一步研究。

第六章是结论和展望。第一节是对全文分析研究的总结。本节首先对人力资本价值评价分析部分做了总结,得出在人力资本价值体系中是权重排序前三的分别是,品质(0.5278)、执行力(0.3523)、学识(0.3325),在各指标中品质对人力资本价值影响最大。其次,本节对第三章内容进行了总结,提出模糊层次分析工具对人力资本价值研究的可行性,并说明该分析工具能解决传统分析工具具有的分析瓶颈问题。最后,本文综合各章的分析研究,为提高咨询企业人力资本价值状态提出相应的管理措施,即对第五部分内容的归纳总结。第二节是研究展望,即研究建议。本节在本文整体分析研究的基础上,认为对人力资本价值研究时,需要准确的界定人力资本价值的概念,即应在学术界中建立人力资本价值概念的理论体系;第二在对人力资本价值进行分析研究时,要充分考虑人力资本价值的特殊性,选取有针对性的行业作为研究对象；第三建议在评估企业价值时充分考虑人力资本价值对其的影响,这样能较全面、准确的评估出企业的价值。

四、研究贡献和不足

本文基于财务知识和人力资源管理知识相结合,评价咨询企业人力资本的价值情况,明确各指标对人力资本价值的作用强弱,该课题的研究较于传统的分析,具体的创新点表现如下：

1、结合财务理论知识与人力资源管理理论知识,研究了学科交叉领域内人力资本价值的问题,探究如何将定性指标与定量指标相结合评价人力资本的价值,同时本文发展了传统研究只关注财务数据的评价方法。通过对咨询企业人力资本现状的分析可知,影响该行业内人力资本价值变化的因素有很多,财务指标只是一方面,非财务指标对人力资本价值的作用也是不能忽视了。

2、从分析方法角度看,本文借助模糊层次分析法评价人力资本价值。在当前学术界,对人力资本价值的评价方法主要集中在收益现值、经济增加值EVA分析法、成本分析法等传统的评价方法,对于各传统方法都存在分析弊端。而本文引入模糊层次分析法,试图能克服传统分析方法存在的缺陷,为企业提供更加客观、科学的分析结论。

但是在我国的学术领域,对人力资本价值的研究刚刚起步,所以各学者尚未对一些概念和方法达成一致观点。然而人力资源本身具有能动性和不确定性,所以难免会对评价人力资本价值的过程产生相应的影响。另外本文是综合现有的学术成果建立的人力资本价值评价指标体系,所以该指标体系的实际价值仍需在今后的发展过程得到检验和进一步研究。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李俊

A3 顾幼瑾

PB 昆明理工大学

T1 X咨询公司营销策略研究

CL 硕士

YR 2011

K1 管理咨询;六西格玛;质量管理;流程;市场;营销;策略

6σ;; six sigma;; management;; consulting;;sales;; marketing;; strategy

AB 六西格玛,又名6σ(Six Sigma),是统计学的概念,及六倍标准差,起源于摩托罗拉,主要是解决企业质量业务,通过百万分之3.4次的错误率来提升企业质量水平；后发展于霍尼韦尔,霍尼韦尔是站在摩托罗拉的基础上提高了企业的业务质量,主要提升企业的业务水平；突破于通用电气(GE),GE通过六西格玛管理从1995年开始培养了大批优秀人才,并成为GE公司的四大核心战略之一,韦尔奇曾明确提出通过六西格玛管理来改变员工的DNA,拓展到公司的其它各部门,包括金融事业部、哥伦比亚广播电台等等非织造领域,现任总裁伊梅尔是六西格玛绿带。

六西格玛管理是一种以顾客为导向的持续改进的管理模式,也是一套企业综合改进提高业务的方法体系,可以帮助企业改善企业的业务流程,从而达到提高企业的业务水平,满足客户需求为基点的系统改进方法。六西格玛通过规范的五个大的步骤来逐步的解决复杂问题,这个五个步骤叫做DMAIC,每个字母都是一个步骤,分别是定义(Define)、测量(Measure)、分析(Analyze)、改进(Improve)、控制(Control), DMAIC是分别取每个步骤英文的第一个字母。这样通过客观科学的步骤改善业务流程。同样,六西格玛应用到设计领域里有一套新的方法,叫做六西格玛设计(Design For Six Sigma, DFSS)。通过这些六西格玛方法达到提高客户满意度,增强企业竞争力。

继摩托罗拉、霍尼维尔、通用电气等先驱之后,更多的企业都实施了六西格玛,截止到2000年,80%财富500强的制造型企业都已开始实施六西格玛管理战略。后来逐渐延伸到石油、化工、金融、通信、医疗、物流、航空、酒店等等其它各行各业。甚至美国一些政府也开始采用六西格玛的方法来提高服务能力。随着先进科学工具的发展,目前单纯的六西格玛发展已经结合了日本著名的管理模式精益,以及流程管理和供应链管理等来解决企业的根本流程问题。

本文以理论事,采用实证分析的方法,综合运用文献检索、数据分析、对比分析等方法,针对中国企业应用六西格玛这一专业领域的特点,对其营销策略进行了探索性研究,以期能使X公司对国内的六西格玛相关咨询的市场状况有一个系统的认识,为其在国内市场的开拓指明方向。同时,本文对运营咨询关企业的研发、营销及应用亦具有一定的借鉴意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 段志文

A3 黄小葵;李鹏

PB 内蒙古大学

T1 G管理咨询公司营销策略研究

CL 硕士

YR 2011

K1 管理咨询;服务营销组合;营销策略

Management Consulting;;Services Marketing Mix;;Marketing Strategy

AB 在当前,以知识经济为主导的国民经济建设中,管理咨询业已发挥着越来越重要的作用。这是因为管理咨询业是以提供信息和智力服务为特征的新型产业,是社会综合服务体系的重要组成部分。现代咨询业的发展也已呈现全球化趋势,咨询业已成为高度职业化的行业。随着WTO的到来,咨询市场会更大,各种潜在需求也会层出不穷,管理咨询将会有非常大的发展空间,同时它也将面临着更大的挑战。

本文通过分析我国管理咨询业的现状、问题、优势和机遇,并通过对呼和浩特市G管理咨询公司SWOT分析,看出呼和浩特G管理咨询公司是内蒙为数不多的专业研究呼和浩特地区区域企业经营管理问题的机构,是呼和浩特地区少数几家几乎全部由学士及学士以上高素质的师资和人才组成的管理咨询公司。进而归纳出G公司的优势、劣势、机会及威胁,从而构建出G公司的SWOT营销战略矩阵,最后提出了G公司的营销战略构想,并设计了G公司的营销策略：聚焦营销策略、咨询产品标准化策略、网络营销策略。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘柳

A3 沙勇忠

PB 兰州大学

T1 A咨询公司市场营销策略研究

CL 硕士

YR 2011

K1 市场营销;IT咨询;案例研究

Marketing;; IT Consulting;; Case Studies

AB 新一轮信息技术应用酝酿巨大的信息化市场潜力和变革机遇,出现了物联网、云计算、移动互联网、三网融合、智能电网、智慧地球等新技术和新理念。其中云计算服务的兴起将改变IT服务公司的运作方式,IT服务供应商的业务重点将进一步从提供IT服务转向帮助企业整体发展,管理和信息化咨询的价值更加凸显。物联网技术的发展带动了感知中国和感知城市的发展。

咨询成为IT服务价值链的核心环节,信息技术广泛渗透到经济和社会发展的各个领域,IT服务也延展到了信息化的全生命周期。咨询事关企业总体发展,成为工T服务价值链中专业性要求最高、附加值最大、影响最深入的环节,是整个IT服务价值链的核心环节。要求我们继续强化在“管理+IT”咨询领域的核心竞争力,加强战略、管理和信息化咨询的整体协作能力,构筑起相对一般IT服务企业差异化的竞争门槛和高端品牌影响力。

本文主要研究A咨询公司所处的环境、竞争者、自身优劣势、各个营销策略、面临的具体业务营销问题等,以及整个行业的发展趋势和对存在的问题提出策略建议等,以期能够为A咨询公司在未来业务的市场营销策略提供参考,也为大多数欲在IT咨询服务领域有所发展的公司作一个借鉴。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 温俊霞

A3 颜安

PB 西南财经大学

T1 我国企业管理咨询顾问胜任力模型研究

CL 硕士

YR 2011

K1 管理咨询;管理咨询顾问;胜任力模型

management consulting;;Management Consultant;;Competency

Model

AB 在我国,管理咨询行业经历了近30的发展,还处于逐步规范的阶段,研究数据表明,管理咨询的市场还在不断增长,有很大的潜力,而这方面的专业人才比较缺乏,尤其是具有丰富经验的高级顾问人才极其缺乏。

同时,业界关于管理咨询顾问成熟的胜任力模型还比较缺乏,这是由于到目前咨询行业缺少对管理咨询顾问的胜任力模型的研究。笔者试图通过本研究构建我国企业管理咨询顾问的胜任力模型。

本研究基于这样两个假设前提：

一是我国的管理咨询公司内部对于其顾问的职位层次有清晰的设定。包括初级、中级至高级顾问(这里所说的初级、中级和高级顾问只是职位层次,而不是职位名称)。每个管理咨询公司对其职位的名称设定有所区别：初级顾问较多见的职位名称包括助理顾问、信息、分析员等；中级顾问就是一般的管理咨询师或者顾问；高级顾问的职位较多见的包括项目经理、项目总监与合伙人等；大多会承担项目经理的角色,因此将项目经理也定为高级顾问层次的管理咨询顾问。

二是管理咨询顾问层次的划分一般不受企业的大小规模的影响,也就是说,无论大、中小型管理咨询公司,其对管理咨询顾问的层次划分都是初级、中级、高级三层。在我国管理咨询公司中,咨询顾问大多以项目团队为组织形式,将咨询顾问划分为三个层次：分别是初级、中级和高级。

本研究共包含五个章节的内容：第一章导论。从我国企业管理咨询顾问的胜任力模型的研究背景入手,指明研究目的与意义所在,并说明研究方法与研究框架及内容的安排；

第二章国内外相关研究文献综述。在界定管理咨询顾问人员的基础上,简单介绍胜任力起源、定义及其模型构建的方法,并重点介绍国内外管理咨询顾问胜任力的主要研究成果。

第三章管理咨询顾问胜任力量表设计。通过对我国企业管理咨询顾问基于职位说明书的工作分析、国内知名管理咨询公司招聘管理咨询顾问人员的广告分析,与对高级顾问的行为事件访谈的基础之上,探测了我国企业管理咨询顾问的胜任力模型构成要素,结合对业界的专家进行探讨,征集专家修改意见与改进建议,据此设计《我国企业管理咨询顾问胜任力量表》。

第四章基于实证分析的管理咨询顾问胜任力模型构建,本章节首先对参与调查的管理顾问样本进行描述性分析,其次重点分析了《我国企业管理咨询顾问胜任力量表》的信度与效度。采用内部一致信度检测了量表的信度,采用专家效度和区分效度检测了量表的效度,最后通过对回收问卷数据的分析,构建我国管理咨询顾问胜任力模型的基础上,分别为我国企业初级、中级和高级管理咨询顾问人员构建了相应的胜任力模型。同时,提出由初级顾问向中、高级顾问发展所需要的胜任力。

第五章研究结论与展望。说明本研究的结论,重点是指出本研究的不足以及未来研究的展望。

本文研究的结论主要有以下几点：

(1)结合前人的研究与笔者的实证研究得出了所有管理咨询顾问的通用胜任力模型,初级管理咨询顾问胜任力模型,中级管理咨询顾问胜任力模型,高级管理咨询顾问(及项目经理)胜任力模型；

(2)将这几大模型中的胜任力要素分类为基准性胜任力,鉴别性胜任力,并提出了由低层次的管理咨询顾问向较高层次的管理咨询顾问的发展潜力,也就是发展性胜任力；

(3)管理咨询顾问的胜任力由知识技能、认知能力、人际EQ、项目管理、团队与人员管理、成就导向、个人效能及其他能力七大层面构成,每个层面又由若干要素构成；

(4)不同层次的管理咨询顾问胜任力构成要素不同,并且随着管理顾问层次的上升,其胜任力要素的数量呈明显上升趋势。

本研究的创新之处在于：

(1)已有的研究没有将管理顾问的层级进行划分,这样研究出来的胜任力模型比较笼统。本研究在区分不同层次的管理咨询顾问的胜任力要素的基础上,分别构建初级、中级、高级管理咨询顾问的胜任力模型；

(2)将管理咨询顾问的胜任力模型划分为基准性胜任力、鉴别性胜任力和发展性胜任力；

(3)在研究方法上采取了工作分析、行为事件访谈、文本分析、实证研究等多种方法相结合的方式,大大提高了研究的价值。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘晓娟

A3 李晓宇

PB 天津师范大学

T1 消除精益咨询项目实施中浪费的方法研究

CL 硕士

YR 2012

K1 精益咨询项目;消除浪费;改善价值

Lean Consulting Project;;Eliminate waste;;Improvement Value

AB 大野耐一创造的丰田生产方式和詹姆斯·沃麦克提出的精益思想对企业的行动和思维理念产生了巨大的变革。精益思想“消除浪费、创造价值”的核心理念得到了广泛的认同,并逐渐被普及。越来越多的企业开始通过精益咨询项目推行精益思想,实施精益生产方式,以达到降低成本获得更多利润的目的。目前,国内外针对精益咨询项目浪费的研究主要集中在制造业的企业生产现场,即：被改善对象的浪费,而对精益咨询项目实施过程的浪费研究还比较欠缺,有待进一步探索。

在实施精益咨询项目的过程中,不难发现精益咨询项目团队本身往往存在着很多浪费,而消除浪费、创造价值正是精益思想的核心,浪费与精益是针锋相对的概念。如果对消除浪费不加以重视,那么会严重影响精益咨询项目实施的效率和效果。因此本文的研究意义简言之就是“用精益实施精益”,对应生产现场的七大浪费找出精益咨询项目实施过程中的七大浪费,探索一套适用于发现实施精益咨询项目过程中浪费和消除浪费的方法和工具。

本文从目前精益思想的理论和应用研究现状出发,在系统分析了精益生产、精益思想、精益咨询、七大浪费和持续改善的理论基础上,结合实际案例对应生产现场的七大浪费找出并分析了实施精益咨询项目中的七大浪费,研究了消除七种浪费具体措施,探索了消除浪费的精益方法和工具。文章第一部分简述了选题背景和研究意义,对精益思想及其应用现状做了简要综述；第二部分介绍了精益思想相关理论；第三部分结合案例对精益项目实施中的浪费进行了定义描述和原因分析；第四部分研究了消除七大浪费的对策；最后部分简单说明了本文的结论和不足之处以及未来需要努力的方向。

通过本文的研究,不仅为精益咨询项目实施方提供了可供借鉴的消除浪费、创造价值的方法和工具,而且对精益思想的推广起到了一定的积极意义,有助于精益持续改善活动,不断追求尽善尽美。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王佳英

A3 杨光

PB 山东大学

T1 智库及其对美国外交政策的影响

CL 硕士

YR 2011

K1 美国智库;外交政策;影响;智库外交

American think-tanks;;Foreign Policy;; Impact;;think-tanks diplomacy

AB 智库是以政策研究为核心,以直接或间接服务政府为目的,非赢利的独立研究机构。美国智库大约发源于20世纪初,至今已经经历了四个发展阶段。美国智库得以之所以能在美国迅速发展是主要是因为美国非集权性的政治体制、松散的政党体制、复杂的外交决策过程、美国超级大国地位以及私人捐助兴盛的文化传统。

智库有不同的分类标准,按照美国智库的政治倾向可以将其划分为保守派、中间派和自由派智库。美国智库能够取得较快的发展是与美国智库运作模式是分不开的。一般用精英主义和多元主义来探讨智库在美国政治生活中的角色,美国现实政治中往往表现为这两种理论的结合。智库这样一种以相对独立的形象出现的知识精英,在多元化的美国社会中,得以发挥重要作用就不足为奇。

希尔斯曼的权力分层理论将影响美国政策的力量分为三个层次,智库则主要是通过影响这三个层次的行为体来影响美国外交政策,包括对以总统为代表的行政机关和对国会议员的影响,对利益集团和公众的影响。智库影响美国外交决策的主要方式：提出对外政策思想、为美国外交决策提供人才、为外交决策者提供政策交流平台、引导公众舆论、参与“第二轨道”外交。

“9·11”后,美国智库的影响力迅速提升,对美国反恐战略的制定和实施发挥了重要的作用。“巧实力”外交的盛行与美国战略与国际问题研究中心的推动是分不开的。从这两个案例中,我们可以看出智库主要是通过参与影响政策议程设定阶段中的政策源,影响着美国的外交决策。

研究智库在美国外交决策中的作用,我们可以了解在现代政治生活中权力对知识的依赖,理解智库能在美国政治生活中角色及智库能够对美国外交决策发挥重要作用的原因。鉴于美国智库的重要作用,我们要重视美国智库,开展“智库外交”。同时,也要吸取国外智库发展的经验,采取措施,促进中国智库的发展。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 邹文光

A3 朱一中

PB 华南理工大学

T1 我国政府决策中的思想库建设研究

CL 硕士

YR 2010

K1 政府决策;思想库;政策咨询

Government decision-making;;Think-Tank;;policy consultation

AB 思想库也称智库,是指以政策研究为基础,以为政府提供政策咨询和建议为主要目标的研究机构,一般具有独立性、非赢利性、现实性、政治性等特征。思想库的发展水平往往也代表一个国家“软实力”水平。思想库西方国家特别是美国思想库影响力非常大,被称作为除行政、立法、司法之后的“第四部门。改革开放以来,我国思想库影响力日益增强,直接或间接地促进许多重大政策的制定,促进了政府的民主化、科学化决策。目前我国正处在社会转型期,在政策制定过程中一方面政府部门往往倾向于增强本部门利益或受利益集团左右,而社会大众缺乏表达利益诉求进而影响政策制定的方式,使得政府决策过程中存在政策理性和大众参与的双重缺位,决策价值和目标难以实现,同时由于受意识形态等因素制约,外国媒体和人民对我国实际国情往往缺乏客观认识。在这种情况下,如何发挥思想库的理性科学决策外脑、社会大众利益代言、民主监督和在国际交流中的“第二轨道进程”作用,促进政府民主化、科学化决策,并改善我国在国际上的形象等作用就显得尤为重要。

本文首先介绍思想库的概念和涵义,功能作用,运行机制等,分析我国思想库的发展历史,美国等国思想库发展特征及其经验借鉴,分析了思想库在我国的发展现状,参与政府决策的方式和成效,并以政府参事室作为个案进行分析,以精英理论视角,研究我国政府决策中的思想库功能和作用机制,分析其存在的问题并揭示其原因,运用政策过程理论明确思想库在我国政府决策过程中的性质和定位,探讨发挥我国政府决策中的思想库作用需要的外部环境和制度保障,以及自身需要完善的要素。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 赵斌

A3 张秀娥

PB 吉林大学

T1 吉林省翰群管理咨询公司营销策略研究

CL 硕士

YR 2010

K1 管理咨询;营销环境;目标市场;市场细分;市场营销组合策略

Management consultant ;;Marketing environment ;;Target marketing

AB

对于我国的管理咨询行业,从出现至今也不过是十几年的发展历史,但是其发展速度确实惊人的。尤其是最近几年,我国管理咨询行业,总体营业额每年以30%一50%的速度迅速增长,依据有关部分统计,过去的几十年里,中国企业管理协会系统为6000多家公司进行了咨询,在我国目前各类咨询机构总数超过三万家。虽然我国管理咨询行业发展迅速,但是我国现在的咨询市场处于初级发展阶段,需求还不是很旺盛,这并不是说我国不需要管理咨询产业,实施正好相反,市场经济是管理咨询业发展的沃土,我国的市场经济也是处于才刚刚起步的发展阶段,伴随经济发展的市场化程度不断提升,市场对管理咨询服务产品的需求将逐渐增加。我们可以从许多发达国家管理咨询市场发展历程,看到我国管理咨询市场未来前景。

通过对吉林省翰群管理咨询公司进行SWOT分析,看出吉林省翰群管理咨询公司是吉林为数不多的专业研吉林区域企业经营管理问题的机构。是吉林地区少数几家几乎全部由学士及学士以上高素质的师资和人才组成的管理咨询公司。是吉林省高校MBA实习的基地。这些优势是吉林省内的其它管理咨询公司没有的。吉林省翰群管理咨询公司许多专家来自各类公司的中高管理层,他们都具有相当丰富的企业管理以及市场运作经验,对熟各行各业的特点及规律也是比较了解,利用这些精英团队成员的经营理念和运作经验,确保为广大客户公司的科学管理提供最优质产品服务,尤其是针对吉林省的企业所提供的管理方面的咨询服务,在这方面长春的其它管理咨询公司实施的相对不多。同时公司存在一些劣势,如公司起步晚,尚未形成良好的信誉度;在短期内管理咨询项目还不多,形成品牌优势还需要一定的时间来培育;对于如何把管理咨询市场化运作,以及如何进行科学管理还欠缺经验。对省翰群管理咨询公司做了SWOT分析得出的结论主要有:确立本公司的核心业务定位。翰群管理咨询公司要使自身业务做得比较出色,在对用户需求进行准确分析的基础上,利用自有专长,为客户公司提供亦特色的管理咨询服务;提高咨询人员对咨询的认识,进而加强咨询的规范化操作,优化咨询的业务流程和标准;管理咨询行业是知识密集型行业,要求其工作的员工必须具备较高的理论素质和实践能力;培养自己战略合作的能力和魄力,积极寻求与其它管理咨询公司组合、结盟的契机。

为进一步提升翰群管理咨询公司的竞争力,运用现代服务营销的理论,制定了翰群管理咨询公司的营销策略。产品策略,只有向消费者提供他们乐于需求的和具有竞争力的产品是公司生存和发展的保证。定价策略,定价世要考虑三个方面,即成本、需求与竞争,采取适当的定价策略才能在这场价格战中取得胜利。营销渠道策略,营销手段就要根据市场进行优化选择,形成自己的特色。促销策略,翰群管理咨询公司的促销策略可以采纳这四种方式:人员推销;公共关系;广告;销售促进。人员策略,改善翰群管理咨询公司员工素质不高、管理咨询服务质量差的现状,为翰群管理咨询公司的健康发展提供有力保障。有形展示策略,为顾客提供有形物的服务线索的管理,增强顾客对服务的认识和理解,给顾客提供有关服务线索的信息,帮助顾客做出购买决定。过程策略,提高翰群管理咨询公司管理咨询人员对管理咨询业务的整体认识,加强管理咨询的科学化、规范化操作,优化管理咨询的业务流程和行业标准,才能让翰群管理咨询公司发展壮大。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张开清

A3 尹晓冰;马锦林

PB 云南大学

T1 云南管理咨询业的现状与发展对策研究

CL 硕士

YR 2010

K1 云南;管理咨询业;现状及问题;对策

Yunnan;;management consulting industry;;status quo and problems;;countermeasure

AB 随着市场经济体制的建立健全、科技的进步和企业全球化竞争的加剧,管理咨询业的市场前景广阔,发展潜力巨大。我国的管理咨询业经过20多年的发展,在数量、规模和咨询的综合能力上都得到了不同程度的提升。管理咨询是随着市场经济的发展应运而生的,在全国多数省份都是一个新兴的行业,尽管存在无限商机和发展机遇,但还存在着行业发展不规范、管理咨询企业竞争力薄弱等诸多问题,那么如何去解决这些问题便成了当务之急。

云南的管理咨询业也面临着这样的契机,如何在竞争日益加剧的市场中生存并且发展是云南管理咨询业亟待解决的问题。

本文在对云南管理咨询业的现状进行分析后,归纳了云南管理咨询业存在的问题,并提出了发展对策。云南管理咨询业必须不遗余力地进行管理变革,改变云南管理咨询业相对落后的现状,因此研究云南管理咨询业既有理论的意义,也具有现实意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 邓睿

A3 郭元晞

PB 西南财经大学

T1 咨询机构提升核心竞争力研究

CL 硕士

YR 2010

K1 核心竞争力;咨询业;层次分析法

core competence;; consulting;; analytic hierarchy process

AB 核心竞争力是企业最根本、最重要的能力,是企业生存与发展过程中最主要的驱动力,是企业保持健康发展、持续发展的关键因素,是企业持续获得稳定利润的重要保障。未来市场的竞争,将是企业核心竞争力的较量。

核心竞争力的培育、维护和提升是一个循环往复的过程,一个企业要想在市场竞争中保持续优势,就要不断审视自己和竞争对手,不断学习和创新,不断实现顾客所看重的核心价值,不断培育、维护和提升自己的核心竞争力。

咨询业是知识密集型行业,咨询业的发展与国家经济或地区经济的发展紧密相关。一方面,咨询业的发展水平反映国家经济或地区经济的发达程度,另一方面,咨询业为经济发展提供智力支持,促进经济更快、更健康的发展。

中国咨询业正处于起步阶段,属于朝阳产业,近年来,社会各界对咨询业的关注越来越多。当前,随着全球经济一体化趋势日益明显和知识经济的到来,咨询企业既面临着空前的发展机遇,同时也面对着更加激烈的市场竞争的挑战。中国大多数咨询企业成立时间不算长,部分企业还处于创业与求生存的阶段,而走过此阶段的企业,又面临着如何发展壮大、如何应对外资咨询企业带来的挑战等问题。

对于处于发展壮大阶段的成都EIC咨询机构而言,亟待通过提升核心竞争力,来获取发展空间、破解问题与挑战。因此,研究核心竞争力,对EIC咨询机构的发展有重要意义。

研究EIC咨询机构的核心竞争力分为四大部分：理论综述、环境分析、对EIC咨询机构核心竞争力判定和评价、为EIC咨询机构培育和提升核心竞争力提出对策建议。本文以核心竞争力理论为基础,结合咨询业发展现状、发展规律,在调查研究的基础上,运用价值链分析、AHP层次分析法,构建了EIC咨询机构核心竞争力评价指标体系,分析并提炼了构成EIC咨询机构核心竞争力的主要因素,并对每个因素进行了评价,对其重要程度进行了排序,并分析了每个因素的优劣势。最后,根据分析结果,提出了增强EIC咨询机构核心竞争力的对策。

第一部分为理论综述部分。只有在理解核心竞争力的相关概念的基础上,才能将核心竞争力理论付诸于实践,因此,本文介绍了核心竞争力的相关文献综述,并归纳出适用于咨询业的核心竞争力的概念,同时,对识别与培育核心竞争力的相关理论与方法进行了介绍。

第二部分为环境分析部分。外部环境与企业发展息息相关,将在很大程度上影响企业的长远发展。本文通过了解国内外咨询业发展的基本情况,如国内外咨询业的现状、发展历史、发展趋势等,分析了成都EIC咨询机构所面临的外部环境,为判定和评价成都EIC咨询机构的核心竞争力做好了铺垫。

第三部分是对EIC咨询机构核心竞争力判定和评价。本文通过分析EIC咨询机构的价值链,在调查研究的基础上,运用AHP层次分析法,判定了构成核心竞争力的重要因素,为人力资源水平、知识管理能力、运营及市场能力,并对以上3种要素的表现情况进行了评价。

第四部分为EIC咨询机构培育和提升核心竞争力提出了对策。对成都EIC咨询机构核心竞争力的识别与评价之后,需要解决如何培育和提升核心竞争力。本文的对策是,通过提升构成核心竞争力的主要因素来促进核心竞争力的巩固与强化,主要通过人力资源建设、加强知识管理、巩固核心业务、提升运营与客户管理能力来实现。

本文具有一定的理论意义和实践意义。本文的理论意义是：由于国内咨询业正处于发展初期,国内关于咨询业的核心竞争力的研究也正处于起步阶段,成果并不多。本文基于已有的核心竞争力理论基础,初步尝试探索在全球经济一体化趋势和知识经济的新形势下,处于起步阶段的中国咨询企业,如何有效确定、建立和评价其核心竞争力。本文的实践意义是：成都EIC咨询机构的核心竞争还停留在初级层面,所拥有的核心竞争力并不稳固。本文从企业自身实际情况出发,分析成都EIC咨询机构的发展现状、内部能力、外部环境,对核心竞争力做出分析和判断,并提出构建核心竞争力的对策建议。

全文的创新之处在于：

1、国内关注咨询业核心竞争力的学者还不多,针对咨询业提出的核心竞争力的概念较少,本文尝试结合咨询业的特征,根据中外学者对核心竞争力的定义,试探着总结了适用于咨询业的核心竞争力的概念,即核心竞争力是以企业的知识和技术能力为核心,通过市场调研、战略决策、技术研发、市场营销、内部管理的共同交互作用,从而使企业竞争优势持续的综合能力,能够为企业带来最大效益,而且不易被其他企业模仿和替代的能力。

本文认为,咨询业企业的核心竞争力主要由3大子系统构成,即人力资源水平、知识管理能力、运营与市场能力。本文在调查研究的基础上,构建了评价咨询业企业核心竞争力的指标体系、多级模糊综合评价数学模型,初步判定了3大子系统在核心竞争力体系中的地位、作用,并评价了EIC咨询机构3大子系统各组成要素的实际表现,有针对性地提出了EIC咨询机构下一步从何处着手来提升核心竞争力,提出了措施与建议,可以为咨询企业发现和提升核心竞争力提供有力依据,对处于起步和发展阶段的咨询业企业具有较强的指导意义。

2、本文尝试在提升知识管理能力等实践方面提出了一些有针对性、可操作的建议。知识管理是构成咨询业核心竞争力的关键因素之一,对咨询业的知识管理,特别是隐性知识的共享,提出了一些对策建议。如设立专门的知识管理机构,构建知识库,建立明晰的知识管理机制,创立知识管理的激励机制。

3、本文针对咨询业对人力资源的特殊要求,试探地提出了提升人力资源水平的对策建议。咨询业是知识密集型产业,从事咨询业的员工都接受过高等教育,针对这一特征,本文从人力资源规划、员工的招聘、培训、考评、激励、约束等方面提出了有针对性的措施。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘胜文

A3 游达明

PB 中南大学

T1 湖南工程造价咨询行业战略研究

CL 硕士

YR 2010

K1 工程造价;造价咨询;造价工程师;战略

construction cost;; construction cost consultation;; cost engineer;; strategy

AB

工程造价咨询行业是接受委托为工程建设全过程或某阶段提供专业技术服务的行业,兼有技术性和服务性两重属性。经过了20多年的发展,我国造价咨询行业无论在造价工程师数量、企业数量,还是在执业质量、管理水平上都取得了令人瞩目的成绩。但湖南造价咨询行业依然存在从业人员素质不高、市场不规范、营销手段落后等问题。如何提升行业整体竞争力和企业的竞争力,有必要对行业深入研究分析并制定相应战略。

通过收集大量资料,运用战略管理、市场营销、人力资源管理等相关知识和研究方法进行研究。先深入分析国内、国外和省内的政治、经济、社会文化、技术环境,分析行业内部结构及行业内部条件；再用SWOT矩阵分析方法综合分析行业的机会、威胁、优势和劣势,给具体战略制定提供依据；然后针对SWOT分析结果制定行业战略；最后指出行业发展的建议和意见及需要进一步研究的问题。

重点对湖南造价咨询行业的环境分析和行业战略研究,并针对行业如下几个关键问题的战略进行研究：造价咨询人才战略,开发新业务战略、建立战略联盟、品牌战略和差异化战略等,并指出行业管理部门应该做的工作。让湖南造价咨询行业找到适合自己的发展道路,给行业主管部门、湖南造价协会和造价咨询公司发展提供参考。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 安辉

A3 潘留栓

PB 兰州大学

T1 甘肃SM咨询公司激励机制构建与应用研究

CL 硕士

YR 2010

K1 SM公司;激励机制;构建与应用

SM Company;; Incentive Mechanism;; Construction and Use

AB

21世纪是信息经济和知识经济的时代,人类社会驶入了经济高速发展的快车道,与之相伴的是日趋激烈的市场竞争。市场竞争也表现为多样化,不只是技术、资金的竞争,人才的竞争更成为现代企业间竞争的焦点,越来越多的企业意识到人力资本的重要性,也加大了对人力资本的开发和应用。如何更好地调动员工的积极性,使其最大限度地发挥作用,这在很大程度上取决于企业的激励机制。合理的激励机制可以鼓舞员工士气、提高员工素质、增强组织凝聚力。研究咨询公司的激励机制应用问题,对于做好“知识密集型”企业的人力资源管理具有重大而现实的意义。

本文在系统阐述各激励理论及激励原则的基础上,以甘肃SM咨询公司为依托,采用问卷调查的方式对该咨询公司激励机制的现状及员工的需求进行调查,并对收集到的调查数据进行分析总结,发现了该公司激励机制存在的既具有普遍性又具有特殊性的问题。通过借鉴国内外公司有效激励案例的成功经验,结合该公司实际情况,有针对性地提出了激励机制改进思路、方法和具体措施,对知识密集型民营企业的人力资源管理有较强的借鉴作用。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张瑞洁

A3 胡晓鹏

PB 上海社会科学院

T1 基于SCP范式的管理咨询产业分析

CL 硕士

YR 2010

K1 管理咨询;产业组织;SCP;结构;行为;绩效

Management Consulting;; Industrial Organization;; SCP;; Structure;; Conduct;; Performance

AB

管理咨询产业是新兴的特殊服务业,能带来巨大的经济和社会效益。一方面,管理咨询业自身的发展非常迅速,在国民经济中占有越来越大的比重;另一方面它又是城市价值体系中的高附加值产业,具有提升其他产业效率,带动其他产业产出的功能。虽然管理咨询产业具有投入低,效益高,及高度辐射的财富和福利效应,但只有对其内部的发展规律和外部的发展环境有明确的认识,才可能发挥该产业对经济的贡献能力。

近年来,我国管理咨询业发展迅速,总体规模在不断扩大,尤其随着外资咨询巨头的进入,更加刺激了我国咨询业的发展。然而,相对于管理咨询产业在我国的发展而言,目前我国学者对管理咨询业的产业组织方面的研究甚少。而关于我国管理咨询业产业组织:产业结构、行为和绩效等方面的分析和研究恰是政府制定管理咨询业发展政策,管理咨询企业制定企业发展策略的直接依据。

因此本文以产业组织理论所提供的基础理论和研究方法,运用SCP范式分别从我国管理咨询业的市场结构、市场行为和市场绩效三方面入手,对我国管理咨询业的产业组织状况进行实证分析,阐释了影响因素和优化方式,找出了我国管理咨询业的产业组织存在的问题。最后,针对我国管理咨询产业的市场结构、行为和绩效三者的关系进行一定的分析和总结,以期为政府制定管理咨询产业发展政策提供一定的理论依据。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 贾大刚

A3 史占中

PB 上海交通大学

T1 上海源创设计咨询有限公司的发展战略浅析

CL 硕士

YR 2010

K1 源创公司;视觉设计;发展战略;差异化竞争

Originer company;;vision design;;strategy;;differentiation

competition

AB 本文首先介绍了公司的基本情况和问题，并分析了公司所处的行业背景，描述了政府对这个行业在宏观政策和法规方向性的动态，充分分析了企业所处的行业市场环境和以及公司的内外部因素等等，利用PEST，五力分析，SWOT分析方法，为源创设计指明了今后的战略方向。

本文主要以源创设计公司为例探讨了视觉设计类企业的战略选择。根据作者己有经验，结合行业实际特点，对源创公司今后的战略进行了探讨和选择，指出源创设计今后应该采用差异集聚战略作为企业的发展战略。本文还探讨了源创设计发展战略的实施问题，为了实现源创设计总体战略目标，从公司的客户关系管理、人力资源、品牌运作、建立与企业战略实施相适应的文化等方面进行了讨论，找到了公司下一步发展的行动纲领和前进方向，为公司实现发展目标提供了根本保证。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 原鑫

A3 武邦涛

PB 上海交通大学

T1 面向先进制造业的上海咨询服务体系建设研究

CL 硕士

YR 2010

K1 先进制造业;咨询业;服务体系;上海

Advanced manufacturing industry;; Consulting Organization;; Service Industry;; Shanghai

AB

先进制造业是上海建设“四个中心”的重要产业支撑。优先发展先进制造业对于坚持走新型工业化道路,加快结构升级,增强城市国际竞争力,使上海率先全面建成小康社会,率先基本实现现代化,具有重要的战略意义。为紧紧抓住新一轮国际产业转移和我国工业化、城市化加速发展的历史机遇,加快增长方式的转变,不断优化产业结构,坚持发展优势产业、稳定均势产业、淘汰劣势产业,因此有必要大力发展先进制造业。

随着世界经济进入后工业经济时代,第三产业即服务业所占比重越来越大,并向着知识密集化、技术密集化的趋势发展,咨询业随着市场经济的发展营运而生,在我国作为一个新兴的行业,尽管存在无限商机和发展机遇,但还存在着行业发展不规范、咨询企业竞争力不强等多方面的问题,在一定程度上无法发挥其对于经济发展的推动作用。大力发展咨询中介服务,不断完善面向先进制造业的咨询服务体系,推动先进制造业的全面发展和产业升级,提升上海制造业的产业竞争力,从而能够更好地参与国际竞争21等方面都有着重要意义。

本文以上海咨询服务体系建设为主要研究对象和目标,首先在分析了上海先进制造业以及咨询业发展的现状及趋势上,分析了面向先进制造业建立一整套完善的咨询服务体系的必要性,并在此基础上以先进制造企业为目标咨询用户的需求内容及特点进行分析,然后对现行的咨询机构中存在的问题进行分析和总结;并且在此基础上,对咨询机构提出了改善的意见,一方面使先进制造企业在选择合适的咨询机构为其服务的时候有所依据,另一方面能够使咨询机构充分认识自身的水平,促使其能更好的对机构进行建设和发展。

本文采取逐章递进的方式来对所研究的问题一一进行阐述,进而表明了观点。我国咨询机构的建设在在新的时代正遇到前所未有的挑战和机遇,只有通过不懈的努力,不断建设完善,才能满足先进制造企业不同层次的服务需求,为其发展提供有力保障。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 白景坤

A3 邱国栋

PB 东北财经大学

T1 组织惰性的生成与克服研究

CL 博士

YR 2009

K1 组织惰性;共同演化;组织适应;动态能力

organizational inertia;; co-evolution;; organizational adaptation;; dynamitic capabilities

AB

在不确定的环境下,组织惰性日益成为制约企业发展的主要因素。本文从组织与环境互动研究出发,在综合组织演化理论和动态能力理论等相关研究成果的基础上,尝试建立组织惰性研究的理论框架。

从表象看,企业组织惰性表现为组织模式的固化,但深入分析便会发现,组织惰性是企业在适应和改变环境的过程中因路径依赖所导致的“双重锁定”。“双重锁定”首先是指技术环境、制度环境和文化环境对企业环境选择的锁定,企业生存的前提是适应环境的要求,这是企业获得“合法性”的条件,但环境变迁导致这一前提发生变化；其次是指企业技术、制度和观念耦合所导致的锁定,企业发展的前提是在适应环境的基础上有所创新,这是企业获得竞争优势的条件,但基于创新的高度耦合的组织模式最终束缚了组织适应环境变化的能力。本文第3-5章分别从技术、制度和文化三个方面探讨了“双重锁定”的形成。

在技术方面,产业技术周期性特征决定特定产业内的企业不可避免地随着产业的衰退而失去生存条件；适应特定技术环境的组织种群同样会因技术环境的变迁而集体走向衰亡。这种基于技术环境变迁的组织惰性具有不可控性。在特定的产业技术周期内存在多样化的企业技术周期。虽然企业努力采取措施延长企业技术周期,但技术“自增强机制”决定企业在进行技术选择后很难摆脱技术路径依赖。技术路径依赖有利于企业技术创新的产生,但也会导致企业技术路径的锁定,从而形成企业的技术惰性。企业技术突破的方式有两种,一种是渐进式突破,即企业对现有技术体系的完善和改进；一种是破坏式突破,即打破企业现有的技术路径、建立新的技术体系。企业能否有效实现技术突破取决于技术突破的成本。技术突破的成本包括直接技术成本、心理成本和沉没成本。按照企业技术突破的主动程度,技术突破中的组织定位可分为主导式与跟进式。主导式组织定位强调“创新”的重要性,追求技术突破中的“先发优势”；跟进式组织定位强调“模仿”的重要性,追求技术突破中的“后发优势”。

在制度方面,制度环境为企业的生存与发展设定了基本的约束条件,具有合法性、稳定性、可解释性和可复制性等特征是企业组织适应制度环境的表现,但这些特征也是导致企业在制度环境变迁时不能迅速适应环境变化的组织惰性产生的根源。企业在适应制度环境的过程中会不断打破制度环境的束缚进而改变制度环境或推动制度环境变迁,但现实中只有少数企业能够主动做到这一点。企业在与制度环境互动的过程中实现了与制度环境的耦合，这一方面体现为组织“合法性”的获得，另一方面体现为企业组织惯例的形成。企业制度发展同样具有路径依赖的特征，当企业现有的制度发展路径不能为企业带来绩效时，企业便进入了制度路径锁定状态。

在文化方面，就制度与文化的关系而言，制度源自于文化，文化反制于制度，制度与文化具有内在一致性。管理同样植根于文化，文化模式的价值定向性决定管理模式的价值取向；文化模式的排他性决定管理模式的可移植性及移植程度：文化模式的多样性决定了管理模式的多样性。文化模式的移植必须遵循文化融合的一般规律，管理模式的移植也必须遵循文化模式与管理模式内在一致性的要求。组织文化发挥作用的前提是组织价值观与组织成员内在价值追求的一致性。组织文化与组织战略都是企业家价值观的产物，二者具有内在一致性：组织战略的转变客观上要求组织文化进行相应的调整；组织文化一旦形成，往往会束缚企业家的战略认知能力，并从组织层面阻碍组织战略的转变。组织文化的发展顺次经历形成期、惯性期、惰性期和衰退期四个阶段，组织文化惯性期的长短取决于组织所处环境的稳定程度，长期处于稳定环境中的组织的文化惰性具有不易克服的特征。组织文化惰性是组织追求理想的文化状态的客观结果。

为了系统分析企业组织惰性的成因，在企业生命周期理论的基础上，本文提出组织适应周期模型(第6章)，认为企业的形成和发展过程本质上是不断地因应环境的变化进行组织战略、技术和结构调整或创新的过程，每一次调整或创新都会为企业带来一段时间的稳定发展，也即组织适应期。组织适应的有效性取决于企业战略选择、技术选择和组织方式选择的内在一致性，单纯某一层面的改变并不能有效解决组织适应问题。借助于系统动力模型，本文认为，在既定的组织适应周期内，组织战略、技术和结构的耦合所形成的组织能力是企业竞争优势的来源，但也是导致组织惰性生成的根源。借助于新古典经济学的边际分析方法，本文提出了组织边际收益递减规律，企业基于组织创新的收益在企业运营过程中会逐渐降低。当组织文化成熟、组织运作标准化程序出现时，组织进入“惯性”阶段；当组织在技术方面无突破和相对垄断同时出现时，组织便进入“惰性”阶段。克服组织惰性的方式有渐进式和革命式两种，何种方式被选择往往取决于变革成本与变革收益的比较，而变革成本与收益差的大小取决于组织环境变化的程度。本文在第7章探讨了组织惰性的克服机制。

克服组织惰性的有效性取决于企业家精神的延续以及在企业家精神引导下的企业动态能力的生成。综合传统组织能力、核心能力和动态能力理论的相关研究成果,本文根据环境的变化程度和组织能力“动态性”程度不同,把动态能力划分为初级、高级和中级三个层次,并以此为基础分析了企业动态能力的构成,认为敏锐地感知环境变化、发现市场机会,及时地学习和吸收存在于组织内外的相关知识和技能,迅速地协调和整合相关的知识、技术和资源,从而在最短的时间内建立起竞争优势,这是动态能力的基本要求。

本文认为,有利于动态能力生成的组织与管理过程强调隐藏于高度柔性的组织方式背后的组织机制的构建。适应动态环境的组织机制并不依附或局限于某一特定的组织方式,其发挥作用的动力来自以权变思想和创新精神为基础的共性的组织观念与企业家认知相结合所形成的组织文化。以此为基础,本文提出了一个动态能力生成的系统模型：“权变思想和创新精神→+组织学习和灵活应变→+市场响应能力和连续创新能力→+不断自我超越和连续抛弃政策→+经验激励→+权变思想和创新精神”。本文还指出,在动态能力生成的组织机制中尤其需要构建一种效率学习与效能学习的转换机制。效能学习与能力的破坏和创造相联系,效率学习与能力的开发相呼应。然而,效能学习过程与效率学习过程是相对立的：为加强既有优势,必须沿着常规路线前进,因而强化了核心能力固有的稳定性；而着眼于未来优势的能力的重新构造,需要忘却现有能力,对常规程序、规则中占支配地位的逻辑提出挑战。在效率学习与效能学习过程中,企业家精神是将效能学习与效率学习进行下去并实现转换的动力。在动态能力生成的组织机制中还需要包含一种有利于吸收组织外部知识、技能和资源的协调机制,其中独立部门试点机制有利于新的组织能力的生成,而具有外部导向且旨在进行企业间合作的组织间网络机制,能够挑战制约构建新竞争优势的刚性和路径依赖性。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王兆玲

A3 应飚

PB 浙江大学

T1 知识共享对管理咨询公司声誉的影响

CL 硕士

YR 2010

K1 管理咨询;知识共享;知识产品质量;公司声誉

management consulting;; knowledge sharing;; knowledge product quality;; company repuation

AB

由于管理咨询服务的不确定性、复杂性和模糊性等特点,使得客户只能根据其声誉来选择咨询公司,因此管理咨询公司如何通过某种有效途径来提升自身声誉便成为一个重要问题。本研究针对这一问题,从管理咨询公司内部的知识共享出发,以其提供的知识产品质量为中介,通过案例访谈、调查问卷等研究方法,利用SPSS、AMOS等统计软件对所收集的数据进行分析,详细探讨了显性知识共享和隐性知识共享两种知识共享类型对管理咨询公司声誉的影响。

本研究主要取得了三大结论:第一,显性知识共享和隐性知识共享之间存在着显著的因果关系。显性知识共享并不直接影响知识产品可行性和知识产品创新性,它首先影响隐性知识共享,然后通过隐性知识共享对知识产品质量的两个维度发生作用;第二,管理咨询公司内部的隐性知识共享显著提高知识产品可行性和知识产品创新性;第三,知识产品可行性和知识产品创新性都显著提高管理咨询公司声誉。

本研究有着一定的理论和现实意义。在理论方面,本文为知识共享对公司层次绩效的研究提供了一定的借鉴,并发现了在管理咨询公司内部显性知识共享和隐性知识共享之间具有显著的因果关系。在实践方面,本研究为管理咨询公司如何提高公司声誉提供了一定的指导。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘宏伟

A3 齐二石

PB 天津大学

T1 基于模糊综合评价的管理咨询企业顾客满意度研究

CL 博士

YR 2009

K1 管理咨询;顾客满意度;模糊综合评价;关键驱动因素;管理资源配置

Management consulting;; Customer satisfaction;; Fuzzy comprehensive evaluation;; Key factor;; Management of resource allocation

AB 管理咨询对于企业乃至国家经济的带动作用毋庸置疑,这从我国管理咨询20年发展成果可窥一斑。同时,无论是政府还是企业都一致认为,管理咨询已经从各个方面对企业的发展起到了重要的不可替代的作用。那么,在如此机遇难得的外部环境下,管理咨询企业如何抓住顾客需求,如何准确判断自身需要改进的管理问题,如何不断的增强客户的信心,维护老客户,提高顾客满意度进而形成客户忠诚等一系列问题就显得尤为重要,本文围绕顾客满意,构建顾客满意度测评模型以及识别和鉴定影响顾客满意的关键驱动因素进行了一系列研究。

本研究在回顾和总结顾客满意度测评模型和评价方法的基础上,将顾客满意度指数测评模型这一定量分析方法引入管理咨询企业。在分析了我国管理咨询行业的发展现状以及管理咨询企业所具有的特征、作业流程和价值链等重要因素之后,对影响管理咨询企业顾客满意度体系的结构变量进行了分析并在此基础上构建了管理咨询企业顾客满意度测评模型。依据模型提出了符合管理咨询企业特点的三级指标体系。采用问卷的形式进行数据收集并进行统计、整理、量化,然后利用层次分析法和模糊综合评价法相结合计算顾客满意度指数。最后,为了使企业对影响顾客满意的关键因素进行有效遴选并给予有针对性的改进,本文采用主成分分析法和四分图模型相结合鉴定了影响顾客满意的关键驱动因素。本文以HT咨询公司为例进行了实证研究,对构建的模型和使用的评价和鉴定方法进行了验证。

采用建模方法计算顾客满意度指数,利用主成分分析法和四分图模型识别和鉴定影响顾客满意的关键驱动因素在管理咨询企业顾客满意度研究中尚不多见,本研究通过实证验证了这些方法的可靠性和实用性。

本研究对于管理咨询企业顾客满意度的研究会起到抛砖引玉的作用,这也是本文的研究初衷和意义所在。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 宋煊

A3 黄逸珺

PB 北京邮电大学

T1 委托方咨询项目质量管理研究

CL 硕士

YR 2009

K1 咨询;委托方;项目质量管理;PDCA

consulting ;;the owner;;project quality management ;;PDCA

AB

随着我国市场经济的深入,市场竞争日趋激烈,越来越多的企业借助于“外脑”——咨询公司来帮助企业通过业务创新、管理创新来获得、保持自身的竞争优势。由于企业经营者对咨询行业不熟悉,缺乏咨询项目管理的经验,往往在投入了巨大的人力、物力和财力之后,对咨询项目的作业质量不满意,咨询项目的结果无法运用到企业经营管理的实践中去,除了咨询项目本身造成的浪费,更为严重的是企业可能因此而失去市场竞争的先机,从而对企业的发展带来不可挽回的损失。目前从咨询项目委托方的角度对咨询项目管理的相关研究还十分缺乏,因此对于委托方企业而言,咨询项目的质量管理是一个亟待解决的难题。

本文从实际应用角度出发,以项目质量管理的相关理论、方法和工具为基础,通过对咨询项目本身的特点、咨询项目质量管理的难点以及咨询项目委托方和服务提供者双方对咨询项目管理不同侧重点的分析,从咨询项目委托方的角度,深入研究了影响咨询项目产品质量和过程质量的关键控制因素,提出了基于PDCA循环的咨询项目质量管理模型,有效解决了咨询项目过程主观性、产品无形性、质量目标不容易量化等特点带来的质量管理难题。

同时,本文以笔者在企业中实际负责的“融合业务营销策略研究”咨询项目为具体实例,详细阐述了委托方企业如何运用基于PDCA循环的咨询项目质量管理模型对咨询项目进行全过程质量管理,有效保证了项目的质量。希望本文的研究能提供给本企业或同类型企业可借鉴的咨询项目质量管理的经验。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 廉春霞

A3 余光胜

PB 复旦大学

T1 咨询企业商业模式研究

CL 硕士

YR 2009

K1 商业模式;咨询公司;中小型外资企业;综合服务

Business Models;; Consulting Firms;; Small and Medium Enterprises with Foreign Investment;; Integrated Services

AB

“当今企业之间的竞争,不是产品之间的竞争,而是商业模式之间的竞争”,这是一句不知出自哪里但引用者频频的并且被称作是现代管理学之父彼得·德鲁克的名言,我们姑且不去争论其真实性,但是这句话却在一定程度上完美阐释了商业模式拥护者的思想主张。

商业模式正频频成为企业经营者们顶礼膜拜的竞争创新法宝,希望借以实现企业的更高级别的竞争,翻翻财经杂志,大家都在谈商业模式:《创富志》,一家专门以商业模式作为主题的财经杂志在2006年应运而生,商业模式在企业界确实很热!

本文通过对商业模式在商业界和理论界的相关文献的参考研究(对于外文文献主要借助于中国学者对他们内容的总结研究),提出个人关于商业模式的看法:即商业模式是企业赚钱的方式,是系统性的战略概念,也是系统性分析的工具介质;通过对于这个体系中所有涉及到的客观条件单独、融合提出挑战性的问题,可以实现对于现有商业模式的挑战性新设想,从而实现对于新的商业模式的设计思路。目前阶段,这种研究的实际适用性尚未开发出有效的体系性工具,也许需要借助计算机技术才能实现其体系化的成熟运作,但是其思考问题的创新性的角度却是无限开拓了企业经营者的思维空间。

本文以作者工作的单位RHC咨询公司为研究对象,①通过对该公司面临的新市场的供需分析得出影响该行业发展的关键因素,②通过企业内部的客观资源能力和现有的商业模式分析总结出影响企业商业模式创新的关键支撑或制约因素,③最后结合商业模式创新理论所倡导商业模式创新思路:通过对客户需求的挑战性提问和客观公认的假设条件的挑战,尝试设计出切实可行的商业模式;并且也对新商业模式的不同阶段的具体工作的实施提出总体建议。整体来看,文中最后并没有对RHC公司的商业模式进行彻底的变革,这主要是在结合企业实际情况和该行业发展的关键因素的基础条件的分析上的结论,不过却在商业模式的某些模块中给出了改进的意见和建议,希望能给予企业经营者以参考和启发。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 梁峰

A3 罗殿军

PB 复旦大学

T1 C公司咨询业务发展战略研究

CL 硕士

YR 2009

K1 咨询服务业;SWOT分析;战略管理;竞争战略;战略保障

Consulting services industry;; SWOT analysis;; Strategy management;; Competitive strategy;; Strategy security

AB

战略决定成败,思路决定出路。企业战略是企业生存发展的首要问题,是影响企业生死存亡的问题。

随着我国经济持续快速稳定发展,不仅给各行各业的发展带来了新的机遇,同时也带来了新的挑战。面对日益复杂的竞争环境,企业要在市场中获得长久的竞争力,保持自己持续、健康的发展,必须制定科学的发展战略,来指导企业的经营行为和方向。

C公司经多年发展,在咨询服务市场的局部细分市场领域已形成了一定的竞争优势。针对C公司的当前竞争环境,制定公司的发展战略,并确定公司应如何实现其战略目标,对于C公司今后长期的发展具有重要意义。

本文在总结近年来我国咨询服务行业总体发展情况的基础上,结合C公司的实际,运用PEST宏观环境分析法和波特五力模型竞争环境分析法对C公司所处的外部宏观环境和行业竞争环境进行了分析,运用SWOT分析法对C公司的内部优势、劣势,以及面临的外部机会与危胁进行了分析,进而提出C公司的战略目标、发展战略、竞争战略、分阶段实施等战略构想,并对实现公司战略所需的组织结构、人力资源、企业形象、企业文化转变等问题作了思考。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘光辉

A3 何炼成

PB 西北大学

T1 华星中国式管理咨询公司发展战略研究

CL 硕士

YR 2009

K1 管理咨询;企业战略;中国式战略管理理论;发展战略

management consulting;;enterprise strategy;;Chinese type theory of strategic management;;development strategy

AB

国际金融危机影响了我国的经济发展,管理咨询行业面临挑战和机遇,各类企业比以前更需要管理咨询帮助,行业发展空间广阔。但国内情况有别于国外,国内很多咨询公司追求本土化道路,即要用中国式管理理论和方法帮助解决企业遇到的问题。

本论文主要研究华星公司的发展战略。首先在导论部分用SWOT分析法分析了国外咨询业状况,在比照的基础上,指出国内咨询业面临的问题和急需改进的问题。其次概述了国外企业战略理论,分析了中式战略管理理论和方法的优势。第三,分析和研究我国传统的中式战略管理理论的特征和应用性,并指出它在企业从创立到发展各个环节和步骤的广泛应用性。第四用SWOT分析法分析了华星公司的环境、资源和发展能力,在给出华星公司发展战略选择原则的基础上,在明确公司的战略定位和战略使命的前提下,运用企业战略和中式战略管理理论和方法研究了公司的发展战略,并提出了实施和控制改进办法以帮助公司健康发展。

在应用企业战略理论和方法指导论文写作的同时,挖掘研究了我国传统的中式战略管理理论,中外结合,洋为中用,共同目的是为了研究华星中国式管理咨询公司的发展战略。具体问题具体分析,可以为同行业其它公司提供研究、分析、和应用方法上的一些借鉴。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 杨玲

A3 尚珊

PB 山西大学

T1 山西省咨询企业竞争力研究

CL 硕士

YR 2009

K1 咨询企业;企业竞争力;评价体系;层次分析法;提升对策

Consultation enterprise;; Enterprise competitiveness;; Evaluation system;; Analytic hierarchy process;; Promotion countermeasure

AB

咨询业起源于英国,在1800年工业化发展初期就产生了,最早是以工程咨询为主。之后从1895年泰勒做效率顾问工程师开,管理咨询开始在美国出现,后来发展到到西欧、日本。在二十世纪四十年代前,管理咨询服务的领域主要限于生产现场的改善、作业研究、生产技术的合理化建议和会计业务等方面。二战以后,由于世界各国都在集中精力发展经济,咨询业领域逐步扩大,出现了经营战略的中长期计划的咨询企业,称为战略决策咨询,二十世纪世纪五十年代后期,咨询业得到全面的提升和发展,开始出现高级的综合咨询机构。即所谓的智囊团、思想库、头脑企业,同时出现了科技咨询和专业咨询等新的咨询企业类型。而从事的人员很多是政界、经济界、知识界的精英。到本世纪初,咨询业在发达国家已经发展成为一个非常成熟的行业,其中的部分著名的大型咨询企业的业务范围已经涉及到世界各地。

我国的现代咨询业起步于八十年代初,是伴随着我国的经济建设和改革开放而孕育、发展起来的。最早是政府创办咨询企业,主要集中在投资、科技和财务咨询领域。目的是为了有效地调整国家产业结构,解决瓶颈产业和建立合理的价格体系。随着九十年代,我国经济开始向市场化方向发展,一批外资和国内私营信息咨询公司和市场调查公司开始在市场经济进程中涌现,并为企业提供规范化咨询服务。国内咨询业才进入一个专业化发展的阶段。但是,到目前为止,国内对于咨询企业的相关理论研究并不完善,多是关于单个类型的咨询企业的特点和理论研究,在咨询企业的竞争力的评价方面只是进行指标体系的研究,缺乏相关数据支持。

本文以山西省为样本,首先通过参考相关的综合产业竞争力的指标和咨询企业竞争力的特点,经过问卷调查结果的修正,建立了咨询企业竞争力的评价指标体系。然后用层次分析法对指标体系进行分析,并选择了山西省六个具有代表性的咨询企业进行具体评价,最后对测度结果进行详细分析,结合调查问卷的结果,分析出山西咨询企业竞争力的现状,提出提升山西省咨询企业竞争力的对策。

文章的研究内容及结构安排如下:

第一章,绪论。介绍本文选题的背景及意义、研究动态、拟解决的科学问题、研究内容与研究方法。

第二章,咨询企业相关理论。介绍了咨询企业的相关概念和理论,包括:企业竞争力的理论和概念;咨询企业的概念、分类和特点;咨询企业竞争力的概念和构成要素,以及中国咨询业的发展和现状。

第三章,咨询企业竞争力评价研究。建立了山西省咨询企业竞争力评价体系,运用层次分析法确定了评价指标体系的各指标权重。根据各指标权重的排序结果,对指标体系的科学性和可行性进行分析论证。

第四章,山西省咨询企业竞争力实证研究。从山西省咨询企业调查的样本中,选取了六个最具代表性的咨询企业,对其竞争力进行实证评价,根据评价的结果,结合山西省咨询企业调查问卷的结果对山西省咨询企业竞争力的现状进行具体分析。

第五章,山西省咨询企业竞争力提升的策略。在对山西省咨询企业竞争力现状分析的基础上,从咨询企业的内部资源的提升和外部资源利用两个方面对提升山西省咨询企业的竞争力提出了相应的对策和建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李伟

A3 丁斌

PB 中国科学技术大学

T1 基于模糊数学的管理咨询业服务质量评价及应用研究

CL 硕士

YR 2009

K1 顾客感知;服务质量;服务质量评价;管理咨询;模糊数学

customer-perceived;; service quality;; evaluation of service quality;; management consulting;; Fuzzy mathematics

AB

随着我国融入全球经济一体化进程的加快,国际市场竞争也愈演愈烈,这就要求企业能够在更高的水平上参加市场的竞争。因此,专业化、职业化的管理咨询机构和人员的咨询分析,成为提高企业整体竞争能力的最有效途径。由于需求的急速增长,在过去的20年里,全球管理咨询业以每年20%-30%的速度增长。在市场快速增长的同时,服务质量也越来越多的受到企业和咨询公司的关注,未来,服务质量将成为咨询企业获取长期竞争优势的最佳途径。

本文以顾客感知服务质量模型和常用服务质量评价方法为理论基础,基于管理咨询业服务质量的内涵及评价的特点,采用Delphi法和AHP法相结合的方法确定主因素层和子因素层各指标权重,运用模糊综合评价法建立了一个适用于管理咨询业的服务质量评价模型,并将该模型应用到一个实际的管理咨询公司——XX公司,对其服务质量进行评估。

首先,本文提出了服务质量研究的背景和意义,分析了国内外管理咨询业的发展状况及未来发展趋势,指出我国管理咨询业服务现状及建立服务质量评价模型的意义,在此基础上确定了课题研究的主要内容和方法,并勾勒出整篇文章的框架结构。

其次,介绍了服务质量评价的相关理论,简要的概括了服务质量的概念和构成要素,对服务质量评价与评价模型进行相关探讨,在此基础上分析和对比三种常用服务质量评价方法,指出了常用服务质量评价方法的不足。

然后,通过对管理咨询业服务质量特点的深入分析,构建了适合于管理咨询业的服务质量评价模型,此模型引用了国内外经典评价方法的精髓,但是又是对他们的扬弃,结合了几种评价方法的优点和管理咨询业的特点,将模糊数学综合评价方法运用到评价模型中。

最后,将该模型运用到实际管理咨询公司的服务质量评价中,对XX公司的客户设计调查问卷,通过模糊数学服务质量评价模型的应用,得出XX公司的服务质量评价结果。结尾对评价结果进行分析,展望未来服务质量研究的方向和重点。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王惠舫

A3 刘杰

PB 复旦大学

T1 财务咨询公共服务平台的模式研究

CL 硕士

YR 2009

K1 现代服务业;公共服务平台;财务咨询

Modern service industry;; Public service platform;; Financial consulting

AB

近年来,现代服务业受到越来越多的重视,在国家的“十一五”规划纲要中,也强调发展现代服务业是战略任务。发展现代服务业,已经成为促进经济发展、优化经济结构的重要方法和途径。在现代服务业中,具有广泛社会效应的公共服务平台,得到了我国各级政府的重视,近年来的发展越来越快,在中小企业的发展、社会资源的节约等方面,正在起着越来越显著的作用。然而,目前公共服务平台所面向的业务,大多集中在信息技术支持、技术类项目研发服务等等在众多企业之间具有共性的业务领域。同时,当前的公共服务平台,大多由政府主导建立,并在政府的支持下运营,在服务中尚缺乏主动性和灵活性。

比较而言,财务咨询业务在众多的企业之间,也具有共性的特点。为此,本文对财务咨询业务领域展开公共服务平台建设的相关情况进行探讨,重点研究并提出了财务咨询公共服务平台的运营和管理模式,以期使得平台的建设、运营能够自我可持续发展,能够降低公共财政扶持的比例和程度。

本文首先综述了财务咨询的概念,并运用PEST模型对财务咨询业务的政治环境、技术环境、经济环境和社会环境等方面展开详细分析;其次,分析了财务咨询行业的市场供、求两方面的特点,论文接着提出了建设面向财务咨询业务的公共服务平台的必要性和可行性;再其次,论文研究并提出了面向财务咨询业务的公共服务平台模式,并在借鉴了其它公共服务平台的基础上,详细分析了服务的流程体系,并据此提出了平台构架设计的原则以及平台的能力要求,设计了相应的体系架构和功能模块;最后,论文从平台的合规性、盈利性以及客户价值提供等角度,对该模式展开了详细的运营分析。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王淑贤

A3 黄沛

PB 复旦大学

T1 中小型管理咨询公司的营销策略研究

CL 硕士

YR 2009

K1 中小型;管理咨询;战略;定位;营销策略

SME;; Small and mid sized;; Management Consulting;; Strategy;; Positioning;; Marketing Tactics

AB

中国经济在改革开放尤其是加入WTO之后持续高速发展,到如今世界经济一体化发展的格局下,中国企业获得了前所未有的发展契机,从所有行业远远落后于世界平均水平到部分行业赶超至全球先进水平,中国企业的发展速度令全世界为之惊叹。但是在这样的高速发展背后,不可避免地爆发出很多问题,而且是仅凭企业自身之力看不清楚难以解决的问题。在这样的情况下,管理咨询公司在企业眼中有着独特的魅力,他们就是“智慧”、“外援”、“专家”。中国的管理咨询业也迎来了难得的发展机遇,很多大型跨国管理咨询公司纷纷进入中国市场,也有很多本土的中小型管理咨询公司应运而生,管理咨询市场蓬勃地发展着。但是,因为咨询业是一个新兴的行业,尚未建立健全而成熟的行业运行机制,所以行业内的各类咨询公司水平参差不齐,尤其是一些企业责任感不强的咨询公司所经手的失败案例,给中国管理咨询业留下了一些负面印象。对于中小型管理咨询公司来说,还碰到了因为规模小、品牌薄弱而不被企业尤其是大型企业所信任的难题。因此,中小型管理咨询公司面临着关系到生存和发展的严峻挑战。

本文以IN公司为样本,着力研究中小型管理咨询公司的营销之道。首先进行SWOT分析,制定这一类公司的发展和营销战略,找到发展的目标;继而对这一类公司进行定位分析,找到自己在市场和行业中的位置;再而制定了相应的营销策略,探讨从现有状况到实现发展目标所适用的营销方法。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 沈善武

A3 刘婷

PB 湘潭大学

T1 长沙蓝海管理顾问有限公司发展战略研究

CL 硕士

YR 2009

K1 战略管理;管理咨询;差异化战略;战略联盟战略;品牌战略

strategic management;; consultation;; differentiation;; strategic alliance strategy;; brand strategy

AB

在全球经济一体化、科技飞速发展、竞争日益激烈的趋势下,企业面临着越来越多的挑战与冲击,顾客需求瞬息万变,技术创新与进步不断加速,企业所执行战略的有效期在缩短。企业不得不从整体上对自身的行为进行评估,不断地在战略的高度上调整企业的目标和行为,从战略层面谋划和管理企业的未来在许多企业不仅成为可能,也成为现实中迫切需要做出的选择。咨询业在中国是一个朝阳产业,也是一个知识密集型行业,在某种程度上甚至代表了一个国家或地区经济的发达程度。随着市场竞争的加剧、人们观念的转变,人们对咨询行业尤其是管理咨询业的关注越来越多,这给管理咨询企业带来了空前的发展机遇,同时也引发更加激烈的市场竞争。

本文介绍了国际国内咨询行业的基本情况,包括管理咨询产业的发展史、管理咨询企业的基本情况描述、管理咨询企业的内部运行情况、管理咨询产业的外部环境分析、管理咨询业的五种竞争力量模型、以及管理咨询产业的发展趋势等。

本文以长沙蓝海管理咨询公司为研究背景,从所处地区的宏观经济环境、市场状况两个主要方面对其外部环境进行分析,从公司市场营销状况、咨询业务技术状况和人力资源状况因素对其内部环境进行分析,并归纳出影响公司发展壮大的关键成功因素。同时根据公司的战略目标,对长沙蓝海管理咨询公司的发展战略进行了较为全面、详细的研究,明确提出长沙蓝海管理咨询公司的发展战略应是重点集中战略、品牌战略和战略联盟战略。并提出了相应的战略实施措施,从公司核心竞争力的构建和公司企业文化的构建方面着手推动公司战略的实现。

本文针对长沙蓝海管理咨询公司发展战略的制定进行了实证分析和研究,研究成果不仅对长沙蓝海管理咨询公司具有实用价值,同时对同行的其他企业也具有一定的借鉴意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 代光西

A3 金晓彤

PB 吉林大学

T1 兆宝盛华管理咨询公司求职特训营项目营销策划方案

CL 硕士

YR 2009

K1 求职技能;职业咨询;SWOT分析;五力分析;4P

Skill for job;; Career consulting;; SWOT analysis;; Five forces analysis;; 4P

AB

作为咨询业的一个分支,职业生涯咨询业(也叫职业咨询业)近些年在国内发展迅速,随着就业形势的愈加严峻和人们职业观念的逐渐改变,职业生涯咨询所提供的咨询及服务显得越来越重要,这个行业也越来越受到关注与重视,而且拥有十分广阔的市场前景。

长春兆宝盛华管理咨询有限公司(文中简称“兆宝盛华”)为适应行业市场的需求,把握市场机会,充分有效利用公司的现有资源,扩大公司经营收益,在其职业生涯相关服务项目中,新增子项目求职特训营。

“凡事预则立,不预则废”,本文运用MBA的相关知识和分析方法结合市场实际状况制定了该项目的营销策划方案,旨在为该项目的顺利实施、目标的如期达成给予科学的指导。

本文先是通过第1章、第2章“求职技能培训行业简介与兆宝盛华公司的现状”和“兆宝盛华求职特训营项目的市场状况及运营环境分析”,明确兆宝盛华的优势、劣势、机会、威胁和所在行业的竞争状况。然后,在第3章中依据对消费者问卷调查的数据分析,明确目标消费者需求,进而确立了目标市场定位及核心课程的确定等等。接下来在第4章和第5章中详细介绍了求职特训营项目的营销方案设计(含项目策略、价格策略、渠道策略、促销策略、服务策略)和求职特训营项目的实施进程规划等管理办法,以有效地整合各种资源,指导营销实践,确保该项目的高效运作,提升公司品牌知名度和美誉度,扩大公司的经营业绩。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 殷克涛

A3 夏南强

PB 华中师范大学

T1 手机信息咨询服务研究

CL 硕士

YR 2009

K1 手机;信息咨询;信息服务;信息咨询平台

Mobile phone;; Information consultation;; Information service;; Information consultation platform

AB

随着移动通信的迅速发展,人们的信息活动已经从因特网逐渐延伸到移动通信网络。伴随着手机功能的越来越强大,借助于手机,信息咨询服务也展示出新的活力。手机报纸、手机视频、手机图书馆、移动导航等新的信息咨询服务不断被推出,利用移动通信网络开展手机信息咨询服务已成为未来发展趋势。

手机作为智能通信工具,最近几年得到了广泛的应用,与之相关的信息服务也逐渐增多,基于手机的信息咨询服务便是近年出现的新生事物。移动通信技术的不断发展,使手机成为了人们日常生活中不可或缺的重要工具。正确理解基于手机的信息咨询服务的内涵,利用手机来开展信息咨询服务已成为近年学术界研究的热点。

本文分为六部分。第一部分是绪论,从日、韩、欧、美及我国手机信息咨询服务的发展谈起,分析了国内外研究的现状,介绍了研究的背景与思路。第二部分分析了手机信息咨询服务的内涵,论述了手机信息咨询服务的优势以及开展该服务对用户与咨询机构的要求。第三部分主要阐述了手机信息咨询服务的接入方式与咨询方式。第四部分结合实际,探讨了手机信息咨询服务的内容。第五部分重点研究了短信平台、即时通信平台、移动电话专家平台、移动流媒体平台等几种手机信息咨询平台,对各平台的发展、结构、应用、服务的优劣作了较深入的剖析,并通过典型实例作了分析论证。第六部分展望和分析了手机信息咨询服务的远景,认为手机信息咨询未来的发展主要集中在日常生活综合信息咨询和专业知识信息咨询两个领域,其有不可估量的发展前景。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 林碧贞

A3 林志扬

PB 厦门大学

T1 我国管理咨询公司服务营销策略体系研究

CL 硕士

YR 2009

K1 管理咨询;服务营销组合;营销策略

Management Consulting;; Services Marketing Mix;; Marketing Strategy

AB

近年来,随着我国改革开放的不断深化和国际经济一体化程度的不断加深,国外管理咨询业巨头开始大举进军中国市场,给我国本土的管理咨询公司的生存和发展带来了很大的压力。同时,国内管理咨询业的同质化竞争也日益激烈起来。

管理咨询公司通过知识的整合与再生产,帮助客户公司分析和解决管理中的实际问题,为客户公司提供管理咨询服务。管理咨询公司属于典型的服务性公司。因此,制定并实行有效的服务营销策略,对于增强管理咨询公司的市场竞争力具有积极的意义。

服务营销组合是服务性公司针对选定的目标市场,综合应用各种可能的市场营销策略和手段,组成的一个系统化的营销策略体系,以提高服务性公司的市场竞争力。目前,从服务营销组合的视角来制定管理咨询公司服务营销策略体系的研究还很少,因此,本文的研究有一定的创新性和现实指导意义。

本文旨在通过对我国管理咨询行业及相关企业的发展现状、发展态势、发展中存在的问题及对策的分析,应用服务营销理论,以服务营销组合为主线,根据我国管理咨询公司的实际情况,研究与探讨管理咨询公司营销策略体系的制定与应用问题。论文最后通过一个案例来说明和评价我国管理咨询公司如何有效地制定与实施服务营销策略。

本文主要由六个部分组成:第一部分为绪论,主要对论文的研究背景、研究意义、国内外的研究情况、主要内容与方法等进行简单的介绍;第二部分介绍我国管理咨询和服务营销的基本理论及概况;第三部分主要对基于服务营销组合的管理咨询公司的营销策略体系进行理论上的界定,将“管理咨询”与“服务营销”有机联系起来;第四部分:基于服务营销组合的我国管理咨询公司的营销策略体系的构建,以服务营销组合为框架,从服务营销组合的产品、定价、渠道、促销、人员、有形展示和过程这七个方面来构建我国管理咨询公司的营销组合策略体系;第五部分主要结合一个管理咨询公司的案例,分析我国管理咨询公司如何正确制定与运用服务营销组合策略来提高自身的竞争能力;第六部分主要介绍论文的结论、创新点、研究的不足以及今后的研究方向等。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王生辉

A3 王怀明

PB 山东大学

T1 我国管理咨询人员离职倾向研究

CL 硕士

YR 2009

K1 管理咨询;工作满意度;组织承诺;职业承诺;离职倾向

Management Consulting;; Job Satisfaction;;Organizational Commitment;; Occupational Commitment;; Turnover Intention

AB

管理咨询业已经成为我国员工离职最快的行业之一,管理咨询人员过高的离职率带来的人才危机严重困扰了我国管理咨询企业的成长,针对这种现象,本文通过对几大城市的121名管理咨询人员的问卷调查,探讨了组织承诺、职业承诺、工作满意度与离职倾向的关系,目的在于加深管理咨询企业的人力资源管理者对员工组织承诺、职业承诺、工作满意度和离职倾向的了解,使之能针对性地提高管理水平以提升员工的组织承诺、职业承诺和工作满意度,降低员工的离职倾向。

通过对数据的统计分析,得出结论:管理咨询人员的组织承诺度和工作满意度水平是偏低的;其组织承诺包括四个维度,即感情承诺、代价承诺、机会承诺和规范承诺;其离职倾向包括三个维度,即变换职业意向、变换单位意向和创业意向;人口统计学变量对工作满意度、组织承诺、职业承诺均存在显著影响;组织承诺、职业承诺与工作满意度均显著正相关;工作满意度、组织承诺、职业承诺与离职倾向均显著负相关;离职倾向可以通过两种方法来预测:一是通过调查组织承诺和职业承诺,二是通过调查工作满意度、组织承诺和职业承诺;工作满意度在组织承诺、职业承诺对离职倾向的预测中起到了显著的中介作用。

本研究的创新之处有以下三个方面:

(1)本研究以我国管理咨询人员为研究对象,研究了管理咨询人员的工作满意度、组织承诺、职业承诺、离职倾向四个方面的实际情况,并分析论证了这四个方面之间的相关关系,提出并证实了适合我国管理咨询人员的离职倾向模型。

(2)本研究编制并修订了适合我国管理咨询人员的组织承诺、职业承诺和离职倾向的测试量表,并由实证结果再次论证了组织结构的四维模型,即由感情承诺、代价承诺、机会承诺、规范承诺四个维度组成,证实了我国管理咨询业这一特殊职业群体的组织承诺也是由这四个维度构成。

(3)本研究将创业意向引入我国管理咨询人员的离职倾向结构维度中,证实了我国管理咨询人员离职倾向的三维结构,即由变换职业意向、变换单位意向和创业意向三个维度组成。分析了工作满意度、组织承诺、职业承诺对离职倾向的影响,并论证了工作满意度的中介作用。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 门琛

A3 柴小青

PB 中国政法大学

T1 提升本土管理咨询公司核心竞争力的对策研究

CL 硕士

YR 2009

K1 本土管理咨询公司;核心竞争力;对策研究

Local management consulting firm;; Core competence;; Research of Countermeasures

AB

改革开放三十年以来,本土管理咨询业取得了辉煌的成就,不断成长的管理咨询公司为正在参与国际竞争的企业提供了及时高效的“外脑支持”。20世纪90年代初,跨国管理咨询机构开始进入国内市场,他们凭借着庞大的数据库、分布于世界各地的管理咨询顾问以及科学的协作方式,占据了中国管理咨询业务的高端市场,并攫取了大量的行业利润,导致本土管理咨询公司处在尴尬的竞争劣势地位。因此,本文重点针对如何提升本土管理咨询公司的核心竞争力展开研究,希望能在改善本土管理咨询公司竞争发展状况方面提供一定的有益参考。

文章首先对管理咨询公司的运营进行了简要的分析,其中包括管理咨询活动的涵义、特性,进而引出管理咨询业务及管理咨询公司的特点,并对管理咨询公司作业流程中的三大部分,十二个步骤进行了重要性分析,在第二章的结尾部分,作者通过对中国企业联合会管理咨询协会发布的2008年中国管理咨询公司100强进行网络数据调查,总结出本土管理咨询公司的发展现状。第三章引入哈默尔和普拉哈拉德两位学者提出的核心竞争力理论,对管理咨询公司的核心竞争力特征进行了分析,并通过价值链分析法识别出本土管理咨询公司的核心竞争力的两个关键方面——知识管理能力和人才管理能力;接着,文章剖析了处在新兴发展阶段的本土管理咨询公司,提升自身核心竞争力的外部条件和内部条件,并指出其所处的宏观及行业环境中存在的机遇和挑战,以及本土管理咨询公司自身拥有的竞争优势和劣势。第四章中,文章针对提升本土管理咨询公司核心竞争力所面临的挑战和劣势,提出了部分参考对策。本章中重点是针对本土管理咨询公司的微观层面的对策。作者认为,要提升核心竞争力,关键的基础是科学的评价核心竞争力,了解核心竞争力的缺失,因此,这一部分着重引入结合模糊分级评价法的层次分析法,作为本土管理咨询公司核心竞争力的评价方法,作者构建了评价指标体系,并为指标体系的量化过程给出了方法建议,且对本土管理咨询公司核心竞争力的评价模型进行了较为详实的描述;本章结尾,文章针对评价体系中各指标所代表的企业能力和制度建设方面可以存在的缺失,给出了对策。

本文的主要研究成果包括:

通过把核心竞争力理论引入到本土管理咨询公司的发展研究中,为研究本土管理咨询公司核心竞争力提供了一种科学的理论研究思路。

文章对本土管理咨询公司的特点进行深入分析,通过价值链分析法识别出本土管理咨询公司的核心竞争力,为提升核心竞争力的过程奠定了基础。

文章分析出提升本土管理咨询公司的外部和内部条件,为提升本土管理咨询公司的核心竞争力过程提供了清晰的方向。

文章利用科学的定性和定量结合的层次分析法,结合模糊分级评价方法,对提升本土管理咨询公司核心竞争力的前提——核心竞争力评价,做了较深入的研究,构建了指标体系,并给出了量化方法,最终给出了针对性的对策。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 郭丹丹

A3 王铁男

PB 哈尔滨工业大学

T1 德山信息咨询有限公司发展战略研究

CL 硕士

YR 2009

K1 战略定位;核心竞争力;战略实施

strategic position;; core competition capability;; implementation of the strategy

AB

要在激烈的市场竞争中立于不败之地并不断发展,确立相应的竞争优势成为德山公司必须思考的战略核心问题。而企业要想取得竞争优势,就必须进行正确战略定位,才能创造并保持为消费者青睐的价值,进而赢得相应的竞争优势。

本文通过PEST分析方法、五力模型分析方法、SWOT分析方法等对德山公司的内外部环境进行了分析,得出了公司发展面临的机遇、威胁和优势、劣势,以及核心竞争力。并由此,提出了德山公司应以中小科技型企业为目标市场,科技咨询和项目申报为主要业务,以建立战略联盟为业务发展方式。并通过对三种竞争战略:成本领先战略、差异化战略和集中战略进行比较,选择了差异化战略。根据德山公司的特点,提出以提高服务质量与品牌建设的差异化竞争优势为战略定位。从组织建设、制度建设和机制建设三个方面探讨了实现战略定位的具体操作,从而实现组织的开放性,扁平化和柔性化,对外具有较强的环境适应能力的同时保证组织内部的高效运转。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 冯锡荣

A3 朱金铨;宋海良

PB 清华大学

T1 水运工程咨询设计企业开展全过程咨询业务研究

CL 硕士

YR 2009

K1 水运工程;咨询设计;全过程

Waterway Transport;; Consulting and Design;; Whole Process

AB

随着近年来中国经济的高速发展,水运行业成为我国各行业中发展最快的行业之一,水运工程建设发展迅猛,我国水运工程咨询设计企业在享受了近十年的高速发展期后,面临着发展方向的重要抉择。一方面国内市场竞争日益加剧,另一方面,国际化的道路充满艰辛和坎坷,由于水运工程咨询设计企业面临着国内市场国际化、国际市场白热化的竞争态势,无论企业是否愿意,市场的国际化、竞争的国际化成为不可避免的事实。而水运工程咨询设计企业的国际化首先意味着业务模式与国际接轨、适应国际化的需求,走全过程咨询业务之路将成为水运工程咨询设计企业发展的关键因素。

本文研究水运工程咨询设计企业全过程咨询设计业务,主要针对我国水运工程设计咨询企业服务模式和业务模式中存在的问题,通过分析水运工程设计咨询企业发展和管理模式、组织结构的转变以及项目管理的变革,找到符合科学发展观和水运工程咨询设计市场变化趋势的、与国际市场接轨的业务服务模式;通过与国外工程咨询公司进行业务对比,找到我国水运工程咨询设计单位开展全过程咨询业务的差距和不足;通过分析国际工程设计咨询企业业务模式与发展目标的关系,得出我国水运工程咨询设计单位改进的方向和措施。同时,由于我国水运行业本身的特殊性,在借鉴和学习国外咨询公司经验的同时,避免采取照抄照搬的机械做法,需要采取扬弃的态度;本文从发展的角度分析了我国水运工程咨询设计企业开展全过程咨询的必要性和可行性,以水运行业具有代表性中交水运规划设计院为例,进行了具体的分析。本文给出并分析了水运工程咨询设计企业开展全过程工程咨询业务的重点和策略,以及水运工程咨询设计企业开展全过程咨询业务面临的困境、难点和解决思路,通过系统的分析,找到推行全过程咨询业务的基础,并从中找寻水运工程设计咨询企业实行全过程咨询业务的方向和道路。

针对目前文献对水运工程咨询设计企业开展全过程业务的研究不多,对于其他行业的工程咨询设计全过程研究也比较浅的现状,本研究通过访谈、调查、对比的方法开展研究。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李印魁

A3 奚国泉

PB 南京财经大学

T1 我国管理咨询行业项目经理胜任力研究

CL 硕士

YR 2009

K1 胜任力;管理咨询;任务绩效;周边绩效

Competency;; Management Consulting;; Task Performance;; Contextual Performance

AB

21世纪是知识经济的时代,是知识大爆炸的时代,是现代化、科学化和信息化不断深入的时代,新的经济模式、新的生活方式、新的工作变革吹响了人类第三次浪潮的号角。正如阿尔文·托夫勒所说:“人类面临一个量子式的跃进,面对的是有史以来最强烈的社会变动和创造性的重组。”在这次社会变革和重组的过程中,企业作为社会经济体的单个细胞,其自身也必然发生着某些变化,面临着诸多前所未有的问题,当企业面临自身能力无法解决的问题时,企业的“外脑”--管理咨询公司将是帮助企业渡过难关、二次崛起的有力帮手。由此可见,可以看出在21世纪管理咨询公司将充当社会经济体的“细胞医生”的角色,而他的主治医师就是管理咨询项目经理和他所带领的团队。

因此,项目经理的个人能力建设不仅对管理咨询公司及其行业有重要作用,而且对我国经济的持续健康发展也起着重要的推动作用。本文结合人力资源最新理论中的胜任力理论对我国管理咨询行业项目经理的胜任力模型进行研究,运用文献研究、访谈研究、问卷研究三种方法,采用频次分析和SPSS统计分析两种工具,从而得出了我国管理咨询行业项目经理的胜任力模型,并得出以下主要结论:

(1)得出了我国管理咨询行业项目经理的胜任力模型,并验证了它的多维度特征。

(2)在胜任力维度中,沟通协调能力、逻辑分析能力、抗压能力、工作动机、知识和技能对于任务绩效有显著的正向促进作用,是任务绩效重要的预测变量。沟通协调能力、工作动机、知识和技能、逻辑分析能力对于周边绩效有显著的正向促进作用,是周边绩效重要的预测变量。

(3)通过相关分析和回归分析研究我们可以发现,沟通协调能力在同任务绩效和周边绩效的标准回归方程β系数都是最大,这说明沟通协调能力是我国管理咨询行业项目经理所需具备的首要能力。

(4)在对问卷样本的分析过程中,本文还总结出了我国管理咨询行业项目经理人员构成的一些特征:均衡的男女比例;年轻化;高学历;知名院校毕业。

最后,本文在研究总结的基础上,提出了一些关于我国管理咨询行业项目经理胜任力模型未来研究的展望。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 杨靓

A3 刘晓平;黄建清

PB 长沙理工大学

T1 新型投资体制下港口建设项目前期咨询评估的研究

CL 硕士

YR 2008

K1 咨询评估;港口建设项目;投资体制改革;多层次模糊综合评价模型;层次分析法;隶属度

Consultation and Evaluation;; Port Construction Project;; Investment System Reformation;; Multi-tier Fuzzy Comprehensive Evaluation Model;; Analytic Hierarchy Process;; Membership Degree

AB

为了国家政府部门等能做出准确的决策,实现港口的可持续发展,港口建设项目兴建与否需要咨询机构组织各方面的专家、学者对项目建议书、项目可行性研究报告或项目申请报告进行评估。我国工程咨询业过去主要是因项目审批制度而存在,围绕政府的审批工作而开展相关服务的。随着投资新政的实施,对于与之联系紧密的工程咨询评估将产生重大影响,相应的咨询评估理念、内容和方法也应发展以适应市场的需要,因此研究新型投资体制下港口建设项目的前期咨询评估是有实际意义的。

首先,在投资主体多元化的背景下,分析港口建设项目前期咨询评估制度的变化,参看传统的港口建设项目咨询评估的主要内容,与时俱进地归纳投资体制改革后政府投资港口建设项目咨询评估关注的内容,并且根据相关文件和文献及实践经验提出企业投资港口建设项目咨询评估关注的内容,以便建立不同投资主体的项目咨询评估的指标体系。

其次,基于港口建设项目的决策目标多、涉及因素广,各种因素相互影响、相互制约、相互交错,有的可以量化,有的易于定性,并非用简单的函数关系可以描述出来,传统的咨询评估方法主观因素影响过大、专家意识相互影响等不足的情况下,提出将多层次模糊综合评价方法运用到新投资体制下港口建设项目咨询评估中,建立港口建设项目咨询评估多层次模糊综合评价模型来缓解或解决以上问题。

再次,选取一企业投资港口建设项目运用多层次模糊综合评价法进行咨询评估的案例分析。采用德尔菲法和层次分析法建立苏州港太仓港区三期工程项目咨询评估指标体系,并对专家和老师进行问卷调查,利用调查数据建立了该项目多层次模糊综合评价模型,运用MATLAB软件进行计算,评估项目是否可行的同时分析出企业投资港口建设项目前期咨询评估的重点指标。

除此之外,论文还做了确立港口建设项目在国民经济发展过程中的重要地位;简介港口建设项目前期咨询评估的含义,总结其重要作用;由国外港口建设投资体制的特点认识我国投资体制改革实行及深化的必然性等工作为主要研究铺垫。

通过研究分析,针对不同投资主体的项目明确咨询评估点,将多层次模糊综合评价法运用到港口建设项目前期咨询评估中,解决了咨询评估中存在的若干问题,有利于建立咨询评估的信息数据库,为港口建设项目的决策提供了科学依据。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 忻子焕

A3 胡克瑾

PB 同济大学

T1 知识管理在咨询服务业的应用研究

CL 硕士

YR 2008

K1 咨询服务业;知识管理;知识流程;业务流程

Consulting Service;; Knowledge Management;; Knowledge Process;; Business Process

AB

自上世纪90年代起,随着以信息技术为先导的高科技产业的迅速发展和纵横渗透,各个国家尤其是发达国家的经济比以往任何时候都依赖于知识的生产、扩散和应用。世界经济正在向以知识为基础的经济转移,人类社会进入了一个快速发展的知识经济时代。在学术界,也因此兴起了一股“知识管理”研究的热潮,以期能通过理论更好地指导企业,使企业能在知识经济时代立于不败之地。在实践领域,在知识经济的形势下,同时伴随着世界经济全球化的发展,企业也逐渐认识到了知识管理的重要性,并且越来越多的企业开始在企业内部实施知识管理:比如提倡知识共享的组织文化,创建知识型组织,实施数据仓库等等。然而,知识管理在企业的实施效果却并非十分理想。这里固然有知识管理本身在实践时的难操作性,但是在知识管理理论方面,也一定需要用创新的思想来加以改进,用新的理论来指导实践,或者从那些已经成功实施知识管理的企业的案例中,汲取经验,加以提炼,创造出新的具有普遍意义的知识管理应用的理论。所以,在知识管理提出近20年后的今天,让我们重新审视知识管理的理论及其实践,是十分有意义的,因为这不仅是时代发展的需要,也是企业发展的需要。

咨询服务业,虽然并非知识经济的产物,但是在步入21世纪之后,其覆盖范围,无论是从地域上还是业务上,都在以惊人的速度扩张。狭义地说,咨询服务业不仅涵盖了传统的管理咨询公司,还包括了金融服务类公司、IT咨询公司等。广义地说,咨询服务业几乎涵盖了各行各业中所有专业服务类的咨询公司,提供的服务大到公司战略,小到公司运营与操作。而所有的这些咨询服务企业共同的也是最大的特点是它们都是典型的知识型企业,提供给客户的产品就是知识。具体地说,咨询服务企业是服务于决策的;知识是咨询服务企业的立足之本,服务之源,核心利润源,因此咨询服务企业研究和实践知识管理尤为重要。咨询服务企业的核心能力是在知识管理实践中逐渐形成和发展的,两者有着密切的联系。所以说咨询服务企业要创造持续性竞争力和竞争优势,关键是要实施知识管理。

然而,传统的一些知识管理理论和分析方法,基本上围绕着如何改进企业的组织文化,创建学习型组织或者通过信息技术的应用展开,目的是使企业更好地共享内部知识资源,从而将隐形知识转换为显形知识。另一方面,从知识管理在企业运用的实践上,现有文献多侧重于阐述知识管理在生产型企业的运用,对于知识管理在咨询服务业的应用类文献不多。而生产型企业与咨询服务企业在知识管理的应用上有很大不同。因此,笔者在本文中想尝试从流程的角度出发,研究知识管理在咨询服务企业应用的新方法。事实上,当前已经有许多咨询服务企业实施了知识管理,因此笔者试图将新方法以重新审视企业现有知识管理的工具和方法为起点,力求做到可操作性和实用性。

本文探讨在咨询服务业,以流程视角对知识管理的应用进行研究,找到一种切实可行的方法将知识管理同企业日常的业务流程、信息技术及组织文化相结合,使知识管理能更好地为咨询服务企业所用,最终提高该类企业的竞争力。笔者试图建立一个全新的基于流程的知识管理应用方案,通过对咨询服务业的战略、核心资产、可用资源、业务流程、知识结构、知识流程进行全方位的审视,同时运用知识管理审计与分析方法,确定一个典型的咨询服务企业的核心知识,并重新梳理咨询公司的内、外部知识流动,描绘出咨询公司的知识管理全貌,进而制订出具体的知识管理实施方案,从而使咨询服务企业高效地实施知识管理。最后,通过一个实例来验证该应用方案在咨询服务企业实施知识管理过程中的可行性与实用性。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘胜华

A3 孙耀吾

PB 湖南大学

T1 智信管理咨询公司发展战略研究

CL 硕士

YR 2008

K1 智信管理咨询公司;增长型战略;差异化战略;波特五力分析模型

Zhixin Management Consultation Company;; Growth Strategy;; Differentiation Strategy;; Porter’s Five-Forces Model

AB

管理咨询服务的范围涵盖战略咨询、文化咨询、营销咨询、人力资源咨询、生产管理咨询、信息化咨询等方面。咨询业在国际上已经有100多年的历史,我国管理咨询业至今只有二十多年的历史,由于主客观原因,管理咨询市场严重供大于求。因此,正确认识该产业的竞争态势,制定相应的发展策略是业内人士当务之急。

智信管理咨询公司制定发展战略的原则是立足于公司现有资源和能力以及面对的市场,制定适合公司实际的特色战略。本文通过对智信管理咨询公司的宏观环境分析、市场竞争环境分析、内部资源与能力分析,结合SWOT综合分析得出,从总体发展来说,智信管理咨询公司的发展战略应选择SO战略,即增长型发展战略,利用公司拥有的资源和优势,提高市场竞争力,抓住机遇,迅速发展壮大。战略内容为:①修炼内功,构建核心软件体系;②构建核心竞争力体系,走专业化发展道路;③细分市场,占据中、低端市场;④以客户为中心,加强与客户的联系;⑤走战略联盟合作化道路,形成资源与能力互补。同时,为实现公司增长型发展战略目标,提高公司的核心竞争力,公司应确立差异化战略、品牌战略并组建战略联盟,以尽快形成自身的竞争优势,迅速抢占市场份额。

本文研究表明,智信管理咨询公司应通过核心能力构建,品牌的建立与推广,数据库与案例库的建立与充实,制定合理的市场营销计划,并组建战略联盟以迅速提升其咨询技术水平和实力,实现资源与能力互补,进一步增强公司的竞争力。同时,智信管理咨询公司必须加强培训以提高管理咨询师的素质,制定相应的激励机制吸引优秀咨询人才,稳定咨询师队伍,以保障公司发展战略目标的实现。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 杨倩曲

A3 梁戈夫

PB 广西大学

T1 基于TN法三过程的咨询方案生成模型研究

CL 硕士

YR 2008

K1 企业诊断(咨询);咨询方案生成;方案生成过程;系统工程方法

enterprise consulting;; the generating consulting scheme;; the process of the scheme;; the system engineering method

AB

管理咨询方案作为管理咨询和诊断的输出形式,是整个咨询诊断过程中施诊者智慧的结晶,直接影响到企业咨询诊断的效果。长期以来,由于管理咨询体系不健全和管理咨询方法的不完善,使咨询方案的生成和构建存在诸多缺陷和问题,最终导致了咨询方案实施效果不佳、受诊企业经营绩效改进不显著。因此,寻找一种科学有效的方法作为咨询方案生成的基本方法成为了咨询方案生成的当务之急。

本文在研究国内外学者关于咨询方案生成方法的基础上,提出以TN法这种系统工程方法论为指导,构建了基于TN法三过程的咨询方案生成过程模型,并对该模型的三个环节分别选择与之相匹配的系统工程方法:在识别筛选环节匹配决策试验室法,在组合创新环节匹配结合前景假设的SWOT法,在评价优选环节匹配灰色关联分析法。这三种具体系统工程方法的使用,既保证咨询方案生成过程中该环节任务的顺利解决,又保证了咨询方案生成的整体性和一致性。最后,为了促进咨询方案生成智能化的发展,还提出了咨询方案生成决策支持系统的初步设想。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 席志德

A3 尚珊

PB 山西大学

T1 咨询企业的自我调节机制研究

CL 硕士

YR 2008

K1 自我调节机制;自律机制;相关协作机制;利益保护机制

Self-adjustment mechanism;; Self-discipline mechanism;;Coordination-related mechanism;; Interests-protection mechanisms

AB

咨询业是以提供信息和智力服务为特征的新型产业,是社会综合服务体系的重要组成部分,在当前以知识经济为主导的国民经济建设和社会发展中发挥着越来越重要的作用。

我国咨询业在发展过程中,初期阶段带有相当的自发性。面向社会开展咨询业务的机构迅速兴起,既缺乏理论指导,也缺乏健全的制度,对咨询工作的性质、地位和作用等问题,在认识上很不一致,在实际活动中产生了一些超越自身业务范围、名不副实乃至非法经商赚钱之类的现象,损害咨询业声誉,导致人们对咨询企业更多是持怀疑态度,甚至一部分人还把他们当骗子对待。

这种负面影响是深远的,直到今天,别说在国际市场上,即使在我国咨询市场上,也是国外大型咨询企业占据着相当大的市场份额。出现这种状况的直接原因是我国咨询企业的竞争力比较弱,究其根本原因是我国咨询企业的内部机制不完善。而自我调节机制的建设与完善则是提高我国咨询企业核心竞争力,促进我国咨询业进一步发展的根本性途径。论文拟通过对我国咨询企业的自我调节机制进行研究,找到提高我国咨询企业核心竞争力的有效途径,促进我国咨询业的发展、壮大。

论文写作过程中,使用了文献调查法、专家访谈法、问卷调查法以及网络调查法等几种研究方法。此外在论文写作期间,笔者还制作、发放了关于山西省咨询企业竞争力调查研究的问卷。在发放问卷的过程中,通过亲身的调查经历以及与一些咨询业业内人士的探讨,得到很多从学术论文当中不可能获得的资料,这对论文的完成提供了可靠的现实依据。论文分为以下三个部分:

第一部分(第1章),通过对国内外多种学术论文数据库进行检索,以及对国内外咨询企业自我调节机制的发展实践进行调查,从理论研究与实践发展两方面对国内外咨询企业自我调节机制研究现状进行了全面阐述;

第二部分(第2章),对我国咨询业、咨询市场及咨询企业进行了深入的分析,全面揭示了我国目前咨询业、咨询市场及咨询企业存在的问题;

第三部分(第3章——第5章),从自律机制、相关协作机制、利益保护机制三个方面,对加强我国咨询企业自我调节机制的建设进行了探讨,并且从各方面提出了对策与建议。

论文第三章《咨询企业的自律机制建设》及第四章《咨询企业的相关协作机制建设》的第一节内容,以《我国咨询企业自律机制初探》、《关于咨询机构团队合作的思考》为题目,分别发表在《科技咨询导报》(2007年第29期)和《情报杂志》(2006年第二十五卷下)。

总体来讲,从咨询企业的自律机制、相关协作机制及利益保护机制等方面对咨询企业的自我调节机制进行全面研究,并以学术论文的形式予以揭示,是不曾有过的。本文对我国咨询企业自我调节机制进行的研究,以及提出的对策、建议,填补了这方面的空白,是本文的创新点之一,希望能通过这次研究对我国咨询企业自我调节机制的建设有所启示和指导意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王志新

A3 王辉

PB 东北师范大学

T1 我国管理咨询服务定价研究

CL 硕士

YR 2008

K1 管理咨询服务;定价;价值定价;定价模型

Management Consulting Service;; Price;; Value-pricing;; Pricing model

AB

我国管理咨询业仍处于初期发展阶段,很多方面仍很不完善,在管理咨询服务定价这方面,也还没有形成统一的定价收费标准。目前这一问题已成为管理咨询服务市场极其难办又必须解决的问题。从理论上讲,咨询委托客户是否接受管理咨询机构的服务,或咨询机构是否愿意为委托客户解答问题,都与管理咨询服务价格有着直接的关系。在此价格计算的具体操作上,要视管理咨询项目的重要性和难度、项目的规模大小、涉及学科的门类、管理咨询人员的知名度、咨询机构的声誉以及咨询项目本身潜在的风险和预期收益等,采用不同的定价收费标准。这样看来,给管理咨询服务定价是一件十分复杂的工作,它涉及到咨询委托客户和管理咨询专家双方价值的实现,这项工作已成为签订合同中双方反复推敲和争论的焦点。

因而本文通过对管理咨询服务的定价原则、定价策略以及国际上比较通用的一些管理咨询服务定价收费方法进行系统分析研究,并在此基础上,结合我国的管理咨询市场现状,提出适于我国国情的管理咨询服务定价收费模式——价值定价模型。此定价模型是在分析价值理论存在的必然性之后,给出管理咨询机构对自身品牌价值认定度的核算方法,然后一点点确立起来的。希望本论文的思想能对我国管理咨询业的健康发展起些许作用,并且为我国管理咨询服务定价收费标准的统一尽一点绵薄之力。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 车尧

A3 徐跃权

PB 东北师范大学

T1 我国管理咨询市场现状分析与研究

CL 硕士

YR 2008

K1 管理咨询市场;发展现状;咨询客户;问题与不足;对策

management consulting market ;; current development situation;;users of consulting;; problems and inadequacies;; countermeasures

AB

随着科学技术的日新月异,人类已经跨入了大生产、大发展时代,大企业、大工程应运而生,中小企业也谋求在激烈的竞争市场中占有一席之地,并正在积极的试图做强做大。

管理咨询被形象地称之为企业的“外脑”,可以帮助企业和企业家,通过解决管理和经营等方面的问题,鉴别和抓住企业的发展机遇,最大化规避企业投资风险,为企业量身定制发展战略模式,强化学习和实施变革以实现企业预定的发展目标。所以在当今这样一个立足于知识、立足于经济不断向前发展的大时代背景下,管理咨询作为一种能够对企业进行持续的知识转移的方式手段,其作用与地位可想而知。

众所周知,我国当前整体处在一个经济转型的发展时期,国内企业肩负着谋求转变传统粗放的经济增长方式的重大任务和使命,因此管理咨询对企业的作用显得愈发明显。所以有必要对我国目前管理咨询市场的发展现状做出一个全方位的认识和把握,从而可以更加科学有效的指导实践。

本文根据大量事实数据,并在对这些数据的比较、运算、总结之后,初步分析了目前我国管理咨询服务业的市场渗透性,不同规模企业的管理咨询行为倾向、国内外管理咨询公司的特点等一系列管理咨询市场现状。并在此基础上总结了目前我国管理咨询业现存问题与不足,最后针对这些问题与不足,并结合我国管理咨询公司的优势,分别提出了如何解决、改变这些不利局面的方法和对策。

论文共分五部分:第一部分,对管理咨询的定义、类型及作用进行概要性的叙述:第二部分,对国内外管理咨询产业的发展现状进行总体介绍;第三部分,系统分析目前国内管理咨询市场现状;第四部分,总结归纳我国管理咨询业现存的问题与不足;第五部分,研究解决现存问题与不足的发展对策。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王楠

A3 范厚明

PB 大连海事大学

T1 基于BP神经网络的管理咨询企业核心竞争力评价研究

CL 硕士

YR 2008

K1 管理咨询;企业核心竞争力;评价指标;BP神经网络

Management Consulting;; Enterprises Core Competitive Power;; Evaluation Index;; BP Neural Networks

AB

关于管理咨询企业的研究,我国仍然处于初级阶段,但管理咨询企业自出现以来就对全球经济的增长起到不可估量的作用。中国的管理咨询企业目前正处于快速发展的阶段,面对巨大的市场需求,许多管理咨询企业发展缓慢,甚至出现亏损。管理咨询企业要在竞争中赢得市场,实现企业可持续发展,关键在于打造企业的核心竞争力。

基于以上原因,本研究首先在讨论企业核心竞争力有关理论的基础上,对管理咨询企业核心竞争力进行了理论研究,剖析并确立了管理咨询企业核心竞争力的概念,在分析管理咨询企业价值链的基础上提炼出了管理咨询企业核心竞争力的构成要素,进而结合管理咨询企业自身的特点构建了一套企业核心竞争力评价指标体系。该指标体系从品牌影响力、核心技术能力、市场开拓和营销能力、项目交付能力、服务创新能力五个方面对管理咨询企业核心竞争力作了有价值的探索,体现了全面、系统、科学的原则,具有可操作性;其次,针对当前评价企业核心竞争力的方法所存在的不足,本研究提出一种基于BP神经网络的企业核心竞争力评价方法。根据已建立的评价指标体系,设计BP神经网络模型,并利用MATLAB的神经网络工具箱(NNT)来进行网络设计和计算:最后以上海地区具有竞争关系的某三家管理咨询企业为例应用BP神经网络评价法进行了详细的评价,验证了评价体系和评价方法的合理性、可靠性。

本研究希望通过对我国管理咨询企业核心竞争力理论及评价体系、评价方法的系统性研究,为管理咨询企业在核心竞争力的识别、评价、与管理上提供一种分析工具,为管理咨询企业制定经营战略提供新思路。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 信思帅

A3 张传忠

PB 暨南大学

T1 我国管理咨询企业之客户联盟研究

CL 硕士

YR 2008

K1 管理咨询企业;客户终身价值;关系市场营销理论;客户联盟

Management Consulting Firm;; Customer Value;; Relationship Marketing Theory;;Customer Intimacy

AB

众所周知,管理咨询行业在社会经济发展中已经开始发挥着越来越重要的作用。本论文正是以此为基点,结合当前我国管理咨询实施对客户的战略合作之趋势,指出对管理咨询行业展开客户联盟具有十分重要的意义。继而通过对客户联盟理论及其在我国管理咨询行业中应用状况前期研究进行总结,再结合管理咨询的行业特点以及咨询行业在我国目前发展中所存在的一些问题,对咨询企业开展客户联盟进行了理论上的必然性、可行性分析。然后,以IBM咨询公司与苏宁电器的客户联盟等案例为例对我国管理咨询行业企业客户联盟实施现状进行深入分析,试图找出其在实施客户联盟战略时存在的问题。以此为基础提出客户联盟在管理咨询行业里以知识管理为基础的客户联盟策略,同时指出企业为保证客户联盟战略的实施所应当采取的保障措施:升华企业文化、变更组织结构以及重组企业流程并对客户联盟实施客户管理的知识学习机制进行探讨。结合相关研究理论得出相应结论。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 羊喜

A3 杨从杰

PB 暨南大学

T1 管理咨询顾问工作绩效的影响因素研究

CL 硕士

YR 2008

K1 管理咨询顾问;工作绩效;影响因素

Management Consultant;; Working Achievement;; Influential factor

AB

本研究以管理咨询顾问为被试,运用文献查阅、问卷调查等方法收集数据,探讨管理咨询顾问工作绩效的影响因素。在数据处理上,采用了描述性统计、单因素方差分析、多重比较检验和相关分析等研究方法。

本研究主要由五部分组成:

第一部分通过查阅文献对管理咨询顾问的内涵和行为特征、员工绩效影响因素,以及国内相关研究的进展进行总结分析,找出以往研究的不足,为下一步研究奠定理论基础。

第二部分根据文献综述和行为特征初步探讨管理咨询顾问绩效影响因素,并设定因素概念模型及提出假设。

第三部分根据因素概念模型提出研究假设,建构了我国管理咨询顾问工作绩效影响因素问卷,并统计了问卷的实施情况和检验了问卷的信度。

第四部分运用单因素方差分析和多重比较检验探讨了人口变量对管理咨询顾问绩效影响因素评价的影响,人口变量包括性别、年龄、文化程度、工作年限、所在企业性质五个方面。

第五部分运用相关分析,探讨了管理咨询顾问绩效影响因素与工作绩效的之间的相关以及组织系统因素对工作态度的影响与工作绩效的相关,结果表明,管理咨询顾问绩效影响因素与工作绩效之间存在显著相关,组织系统中的部分因素对工作态度的影响与工作绩效存在显著相关。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 胡昱

A3 严太华

PB 重庆大学

T1 A商务咨询有限公司创业研究

CL 硕士

YR 2008

K1 创业计划;创业管理;商务咨询;经营战略

Business plan;; Initiatory management;; Business consultant;; Operation strategy

AB

20世纪80年代开始,人们对创业的兴趣骤然而增。在经济持续活跃的今天,全世界每年新开的小企业数以百万计,但遗憾的是不少企业如昙花一现,经营不了几年。因此如何去创立并经营好一家成功的企业自然就成了人们特别是预备或是正在创业者所关注的课题。

按照创业管理理论,企业的创业一般过程是:确定市场机会;撰写创业计划书;获取创业资源;运作管理新创企业。本课题就是针对A商务咨询有限公司的营运实际,按照这个程序对A公司创业活动的各个环节进行分析,应用创业管理的基本理论和方法,借鉴国内外成功经验,探索出适合公司创业实际的管理方式。

首先利用基于创业核心要素的创业环境模型,对A商务咨询有限公司的的创业环境进行分析。通过对创业环境的分析,我们可以清楚的认识到,对刚刚创立的A商务咨询公司而言,其所涉足的行业充满着机遇和挑战。政府的逐渐重视和政策法规的完善健全过程是A公司强有力的发展后盾,中国加入WTO后国内经济形势的健康有序发展和社会产业结构的日趋合理预示着咨询服务业的广阔市场。社会化创业服务体系的建立和完善有助于A公司在创立初期克服资金融通和经营管理障碍。这些都是A公司创业生存、发展壮大不可缺少的条件。

其次利用五力竞争模型等对A公司的创业机会进行分析。通过分析,我们可以清楚地看到,对于刚刚进入咨询行业的A公司而言,市场是巨大的,前途是光明的,但也面临着激烈的行业内企业的竞争和供应商很强侃价能力,以及潜在进入者的威胁。

然后拟订了A公司创业计划。第一明确了公司的战略定位和长、中、短期目标。第二利用SWOT分析方法,对A公司自身的优势、弱点和所面临的机会与威胁进行分析比较,并拟订出相应的生存战略和发展战略。第三制定公司的具体职能计划如市场营销计划、财务计划、组织计划等。

接着是实施创业计划,运作管理公司。主要从营销、财务、人力资源管理等方面阐述如何采取有效措施提高管理水平,取得创业的成功。

最后提出公司还应采取措施不断提升核心竞争力,并保持创业者精神,才能实现可持续发展。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 何艳

A3 黎建强

PB 湖南大学

T1 阳光管理咨询公司营销策略研究

CL 硕士

YR 2008

K1 管理咨询;聚集战略;成本领先战略;产品标准化策略

management consulting;; concentration strategy;; low-price marketing strategy;; consulting product standardization

AB

咨询业是以提供信息和智力服务为特征的新型产业,是社会综合服务体系的重要组成部分,在当前以知识经济为我主导的国民经济建设和社会发展中发挥着越来越重要的作用。现代咨询业的发展呈现全球化趋势,咨询业己成为高度职业化的行业。随着全球经济一体化的加速推进,咨询市场会更大,各种潜在需求也会浮现,管理咨询将会有比较大的发展空间,同时它也将面临不断增长的挑战。在我国,管理咨询业的发展才刚刚十几年,无论是从从业人员素质,品牌建设还是从咨询管理公司的核心竞争力培养等方面均处于浅显的程度,学术界对咨询业的理论探索与研究在深度和层次也略显不足。

本文从营销学的角度进行研究,综合运用演绎法、归纳法、实证分析、案例分析、历史分析与比较分析、宏观分析与微观分析等多种分析方法。首先,对服务及服务营销相关概念和理论进行了综合述评,较详细地分析了国外管理咨询业现状和国内管理咨询业的现状、问题、优势和机遇,并归纳出管理咨询业的五种竞争力量模型。其次,本人对湖南地区的咨询市场进行了实证调查,结合阳光管理咨询公司的自有资源,对阳光管理咨询公司进行SWOT分析,归纳出阳光管理咨询公司的优势、劣势、机会及威胁,从而构建出阳光公司的SWOT营销战略矩阵。再次,本人利用服务对象所处的行业和服务对象所处的生命周期这两个指标作为管理咨询市场的细分变量,对管理咨询市场进行细分,并根据阳光公司自有资源进行目标市场选择和市场定位,进而提出了阳光公司的营销战略构想,即聚集战略和成本领先战略,并据此设计了咨询产品标准化策略、人员策略、网络营销和关系营销策略等基本策略。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张丽丽

A3 郝建新

PB 天津商业大学

T1 中小型工程咨询企业的内部治理及评价研究

CL 硕士

YR 2008

K1 内部治理;工程咨询;评价;激励

Internal Governance;; Engineering Consultation;; Evaluation;; Incentive

AB

随着中国加入WTO,在异常激烈和残酷的竞争形势下,我国工程咨询企业要想生存和发展,必须从企业自身的特点出发,进一步建立和完善企业内部治理,从而提高企业的竞争力。然而,我国的工程咨询市场还处于初级阶段,对于中小型工程咨询企业而言,受自身规模和条件的限制,存在更多的问题,而这些问题很多体现在企业内部治理方面。本文就是基于中小型工程咨询企业的内部治理问题,力求探寻一条适合中小型工程咨询企业的生存与发展的道路,从而提高企业应对世界全球化和中国加入WTO带来的挑战。

本文是在国内外现有研究的基础上,借鉴企业治理研究成果,针对中小型工程咨询企业这一特殊企业的内部治理问题进行深入研究。论文主要由六部分组成,第一部分是绪论;第二部分分析了中小型工程咨询企业的内外部环境,指出了中小型工程咨询企业面临的机会与威胁;第三部分是分析了中小型工程咨询企业的内部治理和一般企业内部治理的差异性,并且提出了中小型工程咨询企业内部治理目前存在的主要问题;第四部分主要针对中小型工程咨询企业内部治理存在的问题构建中小型工程咨询企业的内部治理机制,主要从股权结构的合理化、激励约束机制的完善、建立行之有效的章程或协议、正式制度建设以及非正式制度建设等几个方面来建立与完善,其中正式制度主要包括人力资源管理制度、质量管理制度、财务分配制度以及风险管理制度等,非正式制度主要是指合伙文化建设,从而构建良好的文化氛围,为内部治理的完善与发展创造条件;第五部分是中小型工程咨询企业内部治理评价体系的设计,在此主要在国内外企业治理评价体系研究的基础上,借鉴一般企业的治理评价研究成果,结合中小型工程咨询企业的内部治理特点依据中小型工程咨询企业不同的组织形式构建了中小型工程咨询企业治理评价体系。第六部分是中小型工程咨询企业内部治理评价的实证分析,选择了某有限责任制的中小型工程咨询企业进行了调查问卷,并对其内部治理进行了模拟评价。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 窦皓

A3 齐二石

PB 天津大学

T1 工程咨询企业管理模式研究

CL 硕士

YR 2008

K1 工程咨询企业;组织结构;学习型组织;服务营销;管理模式

engineering consulting enterprise;; orgnization structure;; learning-type organizations;;service marketing;; management mode

AB

我国工程咨询业是改革开放的产物,经过20多年的发展,已成为现代服务业的重要组成部分,不但在促进投资决策科学化、民主化和提高工程建设项目质量、效益方面继续发挥着重要作用,而且在引领和带动投资领域贯彻落实科学发展观以及政府宏观经济管理中也逐步发挥出不可替代的积极作用。但由于历史原因,我国工程咨询企业大多刚刚开始走上企业化、市场化的发展道路,与发达国家相比,管理水平比较落后,适应市场的经营机制没有完全建立起来,更缺乏有针对性的系统的管理理论研究和指导,严重制约了我国工程咨询业的发展和国际竞争力的提升。

本文从咨询服务组织和运作的一般特点和要求出发,运用现代企业管理理论的一般原理,以及学习型组织、服务型组织、知识管理等国内外最新理论研究成果,搜集整理国内外著名工程咨询企业的案例,总结归纳了现代工程咨询企业管理模式包括组织设计、战略管理、知识管理、业务组织与流程、市场营销、激励机制建立等方面的一般规律和特点,提出了既体现最新企业组织管理理论要求,又符合工程咨询企业实践特点的研究成果,填补了我国工程咨询企业管理理论研究方面的空白,对于指导我国工程咨询企业的管理实践具有一定的理论和应用价值。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 罗家荣

A3 赵优珍

PB 复旦大学

T1 咨询公司跨国团队中的知识传递及其障碍

CL 硕士

YR 2008

K1 知识传递;知识传递的障碍;知识管理;跨国团队

Knowledge Transfer;; Knowledge Transfer Barriers;; Knowledge Management;; Transnational Teams

AB

知识是企业最宝贵的财富之一,这一认识已经开始激励企业投入到知识管理工作中去。知识普遍贯穿于整个组织,而跨国公司们也在持续不断地探索新的知识和有效运用新知识的各种方法。越来越多的跨国公司开始组建跨功能团队,选择来自不同职能或部门的员工,通过跨边界的员工调转,来普及最佳的实践经验,并大大增加了公司价值。由于组织中工作的复杂性,需要提供大量可行的解决办案,而这来源于拥有不同背景、不同文化并一起工作的专家提供的专业知识。

本论文研究的问题是:如何在不同文化的团队成员之间进行知识传递,以及知识传递过程中所面临的障碍,尤其是如咨询公司一类的知识密集型组织。本文选择的研究对象是:

(1)Hill & Associates,风险管理公司,本文着重研究其上海子公司,由30名左右员工组成,其中包括本土和外籍人士。

(2)复旦大学-沃顿商学院全球商业咨询项目,由12名来自沃顿商学院和复旦大学管理学院的MBA学生组成的咨询项目组。

本论文研究的目的是更好的了解知识是如何在团队内部流动的,以及组织通过哪些因素的实施来达到团队成员间更好的知识传递。本论文在指出各种抑制和妨碍团队成员间知识传递的因素的同时,也描述了知识和知识传递在跨国团队中的重要性。此外,本论文还将从技术以外的文化和组织等方面来研究如何达到更大程度的知识共享。

本论文研究过程中,作者采用的搜集信息的方法,主要是:分别两个咨询机构内部展开面谈和调查;以及作者作为复旦大学-沃顿商学院全球咨询项目成员,在该咨询项目组工作其间的个人经验和观察。

本项研究的结论包括,1)当团队成员来自不同背景时,很重要的一点,就是要认识到知识传递过程中团队内存在的各种障碍;2)为达到组织的价值增加,需要管理和克服这些障碍,在此过程中所遇到的挑战。由于咨询项目中运用的知识往往是内隐的知识,而且这些隐性知识又与咨询公司的不同经营背景密切相关,本文中提到的用于克服障碍、促进团队成员间知识传递的方法,不一定可以一成不变地适用于其他行业中的组织。尽管如此,更重要的是对团队内知识传递的步骤的认识,了解如何在各团队成员间进行知识传递,以便发挥组织的更大效用,而这些认识确实可以适用于某种多元文化的团队。本文的研究结果表明,尽管目前有需要从组织和技术方面考虑促进知识传递,但当涉及到多元文化团队的知识传递时,这些可能还是不够的。因为在多元文化团队的知识传递中,来自不同文化背景的个人是关键。

LA 英文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张丽芳

A3 夏南强

PB 华中师范大学

T1 管理咨询企业的跨文化经营研究

CL 硕士

YR 2008

K1 管理咨询企业;跨文化经营;文化差异

Management Consulting Enterprise;; cross-cultural operation;; cultural differences

AB

目前,管理咨询这一新兴行业是第三产业中发展势头最为迅猛的行业之一。管理咨询企业作为管理咨询业的微观主体,有着良好的发展前景。随着经济全球化趋势的愈演愈烈,给管理咨询企业的跨国、跨地区经营奠定了良好的政治、经济、社会文化和技术环境。当代社会,文化与经济相互渗透、相互作用、相互融合。当管理咨询企业步入跨国、跨地区经营时,它同时也就步入了跨文化经营的阶段,面临的最大挑战就是文化差异,文化差异是一把“双刃剑”,文化差异利用得好会给管理咨询企业带来良好的发展空间,反之,则会给管理咨询企业的内部管理与外部经营带来风险。

本文将管理咨询企业的经营发展与跨文化理论结合起来研究,一共由5章组成。第1章探讨了管理咨询企业跨文化经营的研究背景、研究意义并对相关文献的研究情况作了综述;第2章论述了管理咨询企业的由来与发展,并通过对文化、文化差异以及跨文化的理解,探讨了管理咨询企业的跨文化经营概念与特点,分析了文化差异对管理咨询企业跨文化经营成败的意义;第3章剖析了管理咨询企业实施跨文化经营的优势和存在的问题;第4章则在分析了管理咨询企业跨文化经营存在问题的基础上,提出了建设性的应对策略;第5章对麦肯锡管理咨询公司跨文化经营进行分析,以供管理咨询企业跨文化经营借鉴与参考。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李舒

A3 郑荣

PB 吉林大学

T1 面向中小企业的信息咨询机构建设及其评价研究

CL 硕士

YR 2008

K1 中小企业;信息需求;信息咨询;绩效评价

AB

本文以信息咨询机构建设为主要研究对象和目标,首先以中小企业为目标咨询用户的需求内容及特点进行分析;然后对现行的信息咨询机构中存在的问题进行分析和总结;之后讨论面向中小企业的信息咨询机构的建设内容;并且在此基础上,对信息咨询机构的绩效进行综合评价,一方面使中小企业在选择合适的信息咨询机构为其服务的时候有所依据,另一方面能够使信息咨询机构充分认识自身的水平,促使其能更好的对机构进行建设和发展。

本文主要使用纵式结构,采取逐章递进的方式来对所研究的问题一一进行阐述,进而表明了观点。我国信息咨询机构的建设在信息时代正遇到着前所未有的挑战和机遇,只有通过不懈的努力,不断建设完善,才能满足中小企业不同层次的信息需求,为其发展提供有力保障。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 邬曦

A3 余明阳

PB 上海交通大学

T1 中国管理咨询业顾客满意度调查及其原因分析

CL 硕士

YR 2008

K1 管理咨询;顾客满意度;缺口分析

Management Consulting;; Customer Satisfaction;; Gap Analysis

AB

随着管理咨询业在中国的不断发展和壮大,企业用户对管理咨询业的要求也越来越高,而企业用户是管理咨询服务的选择者,也是最终评价者,因此,满足顾客需求是每一个管理咨询公司追求的目标。顾客满意度调查是获得顾客对产品或服务满意程度评价的衡量方法,通过顾客满意度调查,不仅可以了解到产品或服务存在的问题,还可以根据调查结果对问题进行分析,从而找到解决问题的方法。

本文从顾客满意度调查出发,选择了江浙沪一带的企业用户,利用调查问卷,对企业用户所关心的十个评价指标进行满意度调查。并对调查结果进行归纳和总结,从八个方面提出了本土管理咨询业存在的问题,并对每个问题产生的原因进行分析,最后,根据分析结果对企业用户、管理咨询公司、政府部门提出了提高和改进的建议。

具体的分析内容包括:从顾客选择服务项目的比例差异看本土咨询公司的发展趋势,利用缺口分析方法看本土咨询公司的自身建设(第4章);从企业用户角度、管理咨询公司角度、及指标重要度差异看企业用户对管理咨询认识的不足,(第5章);从选择管理咨询服务的用户比例、用户满意度评价差异、及满意度指数看管理咨询业的发展现状(第6章)。

通过分析,作者建议本土咨询公司应明确自身的发展方向,并加强自身建设。作者建议企业用户应该正确看待管理咨询服务,选择适合自己的管理咨询公司,还对企业用户在选择管理咨询服务中应区分的概念进行了详细的说明。作者对政府部门提出的建议是,增加对本土管理咨询公司的扶持力度,提高专业机构的作用,并建立有效的管理机制和顾客满意度调查体系,以达到监督和管理的有效执行。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 历智

A3 姜艳萍

PB 东北大学

T1 管理咨询业知识管理系统构建研究

CL 硕士

YR 2008

K1 知识管理;知识管理系统;管理咨询业;知识管理流程;概念模型

knowledge management;; knowledge management system (KMS);; management consulting industry;; knowledge management process;; conceptual model

AB 伴随着知识经济时代的到来,知识已成为经济增长和社会发展以及企业成长的关键性资源,知识管理已越来越受到人们的关注和重视。它通过系统地利用信息和专门技术,最大限度地掌握和利用知识,实现组织机构的创新能力、响应能力、生产效率和技能素质的有效改善,从而提高企业竞争力。现今,知识管理的影响正在逐渐渗透到各个行业,乃至整个经济领域。作为典型的知识产业中的一员,管理咨询业近年来也在经历着不断的飞跃和发展,特别是知识管理的出现,为管理咨询行业突破自身束缚,进行持续发展带来了新的动力。知识,特别是咨询专家头脑中大量蕴含的隐性知识是管理咨询企业的立足之本,服务之源。可以说,管理咨询企业的核心竞争力是在知识管理的实践中逐渐形成和发展的,两者有着密切的联系。

基于上面的分析,本文立足于管理咨询行业进行知识管理系统构建研究。在充分考虑管理咨询行业特点的基础上,对管理咨询业的知识、知识管理活动、知识管理流程进行分析,提出管理咨询业知识管理系统的一般概念模型,并进行知识管理系统分析和设计,最终给出了系统的界面效果呈现。

本文主要完成了以下五个方面的工作：

(1)在简单评述了知识管理和知识管理系统相关研究成果的基础上,重点阐述了管理咨询业知识管理的已有理论及应用方面的研究成果。

(2)给出了管理咨询业知识管理系统构建所涉及到的相关概念,为论文写作奠定理论基础。

(3)对管理咨询业的知识进行了系统、全面的描述,识别管理咨询业务流程中的知识管理活动,并确立知识管理流程。在此基础上,提出了管理咨询业知识管理系统一般概念模型,针对模型中各关键要素给予必要分析。

(4)依据上述概念模型,进行知识管理系统的分析与设计,给出了系统的总体设计方案和功能设计方案。

(5)选取一个管理咨询公司作为研究对象进行原型开发,详细介绍了原型系统的应用背景及开发环境,给出系统的功能描述和呈现原型系统的主要界面效果。

最后,总结了本论文的研究成果和主要贡献,同时也指出了进一步需要开展的研究工作。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张大志

A3 谢雪梅

PB 北京邮电大学

T1 电子化职业生涯咨询服务研究

CL 硕士

YR 2008

K1 职业发展;职业规划;电子商务;电子服务

Career Development;; career design;; E-commerce;; E-service

AB

在党的第十七次全国代表大会上,胡锦涛总书记号召全党,优先发展教育,建设人力资源强国。

职业咨询服务已逐渐成为人力资源在国内的合理化配置的强化剂。如何利用电子化形式,更有效地向社会和学校提供职业咨询服务是本论文讨论的重点和核心。

本文运用管理学知识,从以下几个方面论述电子化职业生涯咨询服务。首先分别阐述当前就业现状与职业规划咨询现状、必要性、紧迫性及其中存在的问题和不足,之后介绍了职业生涯规划的组成,分析了职业生涯的几个阶段中,传统咨询服务手段存在的问题、电子服务的优势和电子服务的几种应用。

本文从职业咨询领域竞争环境分析入手,运用SWOT分析法、波特五力模型、组合分析法等多种手段,分析并确定核心竞争能力和竞争关键因素。最后,本文据实际情况提出相应的解决方案。最后,论述了电子服务中引入职业生涯咨询的难点及对策。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 韩冰

A3 崔影慧

PB 西安理工大学

T1 灵美咨询公司执行力研究

CL 硕士

YR 2007

K1 咨询业;执行力;流程管理;企业文化

Consultation industry;;Executive;;Process Management;;Corporation culture

AB

21世纪的到来，随着市场经济的高速发展，企业所处的经济社会的特征是：变化、速度、危机。众多的企业在找不到市场策略方向的时候，更习惯于借助“外脑——咨询公司”来辅助自己。因此咨询行业迅速发展，咨询公司越来越多。

执行力弱化是当前咨询公司所面临的一个普遍性问题，也是企业潜藏的一个重大危机。但是同决策相比，很多企业对执行力问题无论是从理论上，还是从实践上都不够重视。许多企业谈起愿景、目标、思路条条是道，但是却由于缺乏执行力，使企业的诸多想法难以付诸实施，甚至走向困境。灵美咨询公司经过6年的发展，经过了粗狂式、规模式的发展，面临着国内外新的挑战。加之行业市场竞争激烈，灵美咨询公司要在激烈的竞争环境下脱颖而出，就必须提高自己的执行力。

本文采用定性和定量研究相结合的方法，首先介绍了执行力理论，接着从公司战略、计划与运营流程和人员与组织等几个方面分析了灵美咨询公司执行力现状及存在的问题，通过建立执行力的测度模型，对灵美咨询公司的执行力进行评价，并寻找出灵美咨询公司执行力弱的原因。通过制定明确的战略目标、人员流程变革、完善营运流程等途径提升公司执行力，采取制定明确的战略目标、确定执行战略目标的优先顺序，跟踪目标，执行任务；组织结构变革、转变人力资源制度开发观念、激励制度改革；完善公司客户服务部与创意部流程、采购流程和建立业务评估流程等具体措施提升公司执行力。

本文通过对灵美咨询公司提升执行力的研究，验证了执行力是服务性行业提升服务质量和效率的基础，决定企业竞争力的重要一环，使企业能否在激烈的市场竞争中生存发展的关键。并通过论文的研究，结合灵美咨询公司的实际，提出一套切实可行的能提高公司执行力的方案。给灵美咨询公司提高公司执行力具有一定的参考价值。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 车兴

A3 尚珊

PB 山西大学

T1 咨询企业内部管理机制问题研究

CL 硕士

YR 2007

K1 咨询企业;内部管理;人力资源管理;质量管理;项目管理;财务管理;风险管理;品牌管理

Consulting firms;; Internal management;; Human resource management;; quality management;; project management;; financial management;; risk management;; brand management

AB

我国的咨询业是伴随着经济体制改革的发展而逐步发展起来的，也是伴随着众多企业的管理水平不断提升而逐渐成长起来的，是在借鉴国外咨询管理、方法和经验的基础上发展起来的。今天，我国的咨询业在经历了产生、探索和发展的过程后，已经被提到经济和社会生活应有的位置上来，这无疑是咨询业发展的难得机遇。在良好的发展机遇面前，我国的咨询企业受到来自外部和内部的威胁。国外著名跨国咨询公司的入驻，瓜分了一部分我国的咨询市场，对我国咨询企业的发展是一个巨大的冲击。同时，我国咨询企业内部管理机制不健全、不完善是阻碍我国咨询企业发展的一个重要因素。

面对来自企业外部环境的威胁，咨询企业只有解决了自身的问题，才有可能去迎接挑战。如果一个咨询企业连自己的内部管理都一团糟，又有什么资格为其他公司出谋划策、提供咨询服务呢?这样的企业怎么和国外著名咨询公司抗衡，咨询客户又怎么会放心地把自己的企业交给它去“诊治”。所以笔者认为，制约咨询企业发展的最大的瓶颈是企业内部管理存在的问题。本文正是以咨询企业内部管理为研究对象，找出其存在的问题，并提出相应的解决方案。

咨询企业内部管理包括人力资源管理、质量管理、项目管理、财务管理、风险管理和品牌管理六个方面。本文通过文献研究、分析比较和实地调查等方法，对我国咨询企业内部管理现状进行剖析后，发现目前我国咨询企业内部管理存在的问题包括以下几个方面：(1)人力资源管理体系不健全；(2)咨询服务的质量和层次不高；(3)项目管理缺乏系统性；(4)忽视财务管理的重要性；(5)风险管理水平不高；(6)品牌管理层次低。

针对我国咨询企业内部管理存在的问题及原因，结合我国现阶段的基本国情和企业自身的实际情况，对于如何构建咨询企业内部管理机制，笔者提出一些建议：(1)完善咨询企业人力资源管理。具体措施有：培养高素质人才、建立人员培训体系、完善薪酬体系和激励机制、留住人才。(2)提升咨询企业质量管理。具体措施有：自身研发能力的加强、后续服务的规范、知识库的建设。(3)抓好咨询企业项目管理。具体措施有：做好项目计划工作、建立完整的咨询项目监控体系、项目团队的建设。(4)提高财务管理的核心地位。具体措施有：树立现代财务管理理念、建立并完善咨询企业内部审计制度、提高财会人员素质。(5)建立完善的风险管理体系。具体措施有：提高咨询人员的风险防范意识、建立风险管理机制、建立有效的内部风险监督结构。(6)提升品牌管理水平。具体措施有：强化品牌意识、准确有力的品牌定位、多渠道进行品牌传播。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 许丁

A3 尚珊

PB 山西大学

T1 我国管理咨询企业的营销策略研究

CL 硕士

YR 2007

K1 管理咨询公司;营销策略;市场营销

Management Consulting Firm;; Marketing Strategy;; Marketing

AB

管理咨询业在我国是一个蕴含巨大市场潜力的朝阳产业，然而处于成长期的我国管理咨询公司在咨询营销方面还处于学习和摸索阶段，面对国际大牌管理咨询公司竞争压力，急需探索出可行和创新的营销策略来拓展自己的品牌。因此，对我国管理咨询公司营销策略的研究，对咨询公司开拓市场、树立品牌，走出具有自己特色的咨询之路具有重要实践指导意义。

本文以我国管理咨询公司的营销策略为研究对象，从目前我国管理咨询公司的营销实践出发，结合了大量的国内外的案例和相关数据，以服务营销为理论基础，提出了我国管理咨询公司的个性营销策略。笔者认为应在借鉴多种新型营销理念和结合自身特点的基础上，采取一种集产品营销、客户关系营销、企业营销、联盟营销和网络营销的整合营销观念，从而有效地打开管理咨询市场。

本论文共分六部分。第一部分首先从管理咨询营销涉及的有关概念入手，介绍了管理咨询、营销和管理咨询营销的基本内涵，对咨询营销和传统营销进行了辨析，以为下述章节作好分析铺垫。第二部分对论文的国内外研究背景、现状和对相关文献检索的情况进行了说明。第三部分对国外管理咨询企业常见的营销策略实践——管理咨询公司的客户营销和管理咨询公司的服务营销两个方面做一个概述以供我国管理咨询公司借鉴。第四部分中指出了现阶段我国管理咨询业面临的问题，包括：营销重点不明，缺乏核心竞争力、被动营销，追求短期利益，不注重实施效果、忽视广告在树立品牌的作用、不注重培育稳定的客户关系等四个方面的问题。第五部分是本文的重点，文章从管理咨询产品营销、客户关系营销、企业营销、联盟营销和网络营销五大块来探讨我国管理咨询企业的多样化营销策略。第六部分则分析了未来管理咨询业的营销重点——开拓咨询新市场、成立嫁接型的合伙公司、咨询公司国际化等，文章最后是结论部分。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 林素絮

A3 廖璠

PB 华南师范大学

T1 政府决策信息咨询服务机构模式研究

CL 硕士

YR 2007

K1 信息咨询服务机构;服务模式;政府决策;广东省

information consultant agency; service pattern; government decision-making; Guangdong province

AB

广东是我国改革开放的前沿，其实践经验直接供全国各地参考。广东省政府部门能否进行科学决策不仅对广东省的建设具有重要的指导意义，而且对于我国其他地区乃至全国的发展具有深远的影响，政府部门要科学决策需依靠咨询服务机构。

根据前期的调研可知：政府部门需要借助决策信息咨询机构的服务、政府部门愿意接受决策信息咨询机构的服务、政府部门决策信息需求的类型及特点、决策信息咨询服务机构需改进的方面、政府决策信息咨询服务机构的定位等。

再分析现有几种类型的政府决策信息咨询服务机构的优劣势，包括官办的政府决策辅助机构、半官办的政府决策辅助机构和民办的政府决策咨询机构，根据政府科学决策的衡量标准及调研得出的满足政府部门决策信息需求的决策咨询机构的特点，将现有三种类型的政府决策信息咨询服务机构一一作对照，得出现有任何一种类型的机构都不能满足政府部门科学决策的需求，需取各方之所长优化广东省政府决策信息咨询服务机构模式的结论。最终根据政府科学决策的衡量标准及调研结果得出满足广东省政府部门需求的政府决策信息咨询服务机构模式。该信息咨询服务机构模式设计应符合独立性、民主性、专业性的原则。

广东省政府决策信息咨询服务机构模式优化主要包括以下五个方面：(1)组织目标和组织理念的优化设置。其中组织的目标是机构所要达到的目的，组织理念为该组织的准则。(2)组织架构的优化。包括机构中各组成部分及职责功能的优化；机构中各组成部分的等级关系及层次规模的优化；机构中各成员的相互关系、作用的优化。(3)规范组织行为的程序及标准、组织服务过程用到的理论与方法等的优化。(4)作为机构高效运行的技术平台的构建。包括网站建设、信息管理系统和决策支持系统的构建。(5)机构服务策略的优化。包括服务类型和信息服务策略的设定、提高服务质量、降低服务价格。上述五个方面的内容可具体表现为组织目标和组织理念优化、组织架构优化、咨询机制优化、技术平台构建、服务策略优化。

该面向广东省政府部门决策提供服务的信息咨询机构运行模式可帮助政府解决在决策中的信息缺失、信息不平衡带来的决策失误等问题，提高政府决策信息的准确性、全面性和及时性，使政府部门更好地进行决策。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 钱可纶

A3 胡东波

PB 暨南大学

T1 中国管理咨询业盈利模式研究

CL 硕士

YR 2007

K1 咨询业;利润;咨询产业;信息产业;财政管理;盈利模式;企业管理;企业;赢利模式;商业服务;营销服务;中华人民共和国;

AB

管理咨询业是近些年世界上发展较快的一个行业，其影响渗透到政治经济生活的许多领域。发端于上世纪八十年代的中国管理咨询业，经历了二十多年的高速发展后，已经开始进入稳健发展阶段。我国的管理咨询是借鉴日本和欧美国家企业管理咨询的理论、方法和经验发展起来的。咨询公司越来越被大小企业熟悉，越来越多的公司倾向于聘请咨询公司为本公司出谋划策。咨询顾问有时还被称为“公司的医生”，这种称谓是很恰当的，因为“管理顾问”这个术语本身就似乎是源自于医疗职业。“咨询顾问”最初指的也就是那些客户向他寻求建议的专业人士。后来就借此创造了管理咨询顾问这个称谓，也就是客户所寻找的能够为其提供有关商业管理咨询的人。

咨询业在中国的发展十多年了，是一个成长性很好的行业。其管理模式和盈利方式究竟如何，一直是业界十分关注的问题。

本文通过欧唯特传媒服务集团(中国)在华的发展和经营的情况分析，通过对其在华的盈利模式的深入研究，运用理论研究和实证调查相结合，通过市场调查和深度访谈的手段，找出欧唯特传媒服务集团(中国)在华发展并获取利润增长的在和原因，并从中分析其现阶段赢利模式的形成原因。并针对其中的不利因素，提出一系列的对策，以求为其建立一个更为科学合理的盈利模式。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 韩玲

A3 黄飞

PB 天津大学

T1 基于公共信息资源的咨询服务研究

CL 硕士

YR 2007

K1 公共信息资源;咨询服务;资源共享;资源获取;知识管理

Public Information Resource;; Consultancy Service;; Resources Sharing;; Resources Access;; Knowledge Management

AB

在世界经济全球化，信息化今天，公共信息资源已成为继能源之后最重要的社会资源，公共信息机构,无论大小在信息资源占有量方面都处于绝对优势,但在信息咨询方面却难尽人意。庞大的资金在浪费,大量的信息被闲置。一般来说信息的占有量与满足用户的需求、提高服务质量和层次应该是成正比的,但事实并非如此。因此,如何解决信息资源与用户之间的供求矛盾，如何合理布局，共享有限信息资源，将其效益最大限度发挥，进而更好开展咨询服务，是我国信息化过程中无法回避的环节。

本文从信息科学、管理科学、知识产权法学相结合的角度，以公共信息资源的类型和本质特征为基础，运用调查统计，比较分析，定性和归纳等方法，从多方面，多角度推进了如何利用公共信息资源开展咨询业务这一主题。文章首先从探寻公共资源与咨询服务之间鸿沟问题的症结所在入手，重点阐述了公共信息资源共享和获取，信息服务模式三大影响因素，在此基础上，结合实例，对相关问题进行了挖掘，提出了利用文献增长规律来进行资源共享的规划，借鉴欧美信息共享模式，根除信息垄断机制，建立网络资源许可证制度等相应的解决方案和模型，最后分析公共信息咨询发展的前景，从机构与第三方合作，知识管理咨询，争取中小企业客户群三方面提出了一些建议和意见。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘继志

A3 赵国杰

PB 天津大学

T1 天津A管理咨询公司发展战略初探

CL 硕士

YR 2007

K1 管理咨询;战略规划;环境分析;资源和能力分析

Management consultant;; Strategic plan;; Circumstance analysis;; Analysis of resource and ability

AB

随着全球经济一体化,我国的管理咨询行业正在一个真正意义的市场环境中发展,以麦肯锡为典型代表的国际跨国咨询公司纷纷抢占中国市场。国内咨询公司在面对强手挑战的同时,也获得了长足的进步和发展,涌现了一批类似新华信咨询、北大纵横咨询这样优秀的国内管理咨询公司。但国内的多数中小型管理咨询公司在发展中也出现了一些问题,尤其是缺乏有效的战略规划。天津A管理咨询公司就是一个典型的案例。本文以天津A管理咨询公司为研究对象,对其所处的外部环境和自身的内部条件进行分析,并给出最终的发展战略实施建议。

本文共分6章,第一章绪论部分主要介绍论文选题的背景、现实意义、论文的研究方法和框架,以及论文运用的理论依据,同时对本文的研究对象天津A管理咨询公司做以简要介绍。第二章重点分析我国管理咨询行业的发展历史、经营现状、未来前景、行业目前的发展瓶颈,以及咨询行业发展中存在的机会与风险。第三章介绍天津A管理咨询公司目前发展情况,主要介绍公司理念、宗旨、使命、发展历程、业界地位以及公司发展中出现的问题。第四章对天津A管理咨询公司所处的内外部环境进行分析,运用PESTD法,波特五力模型对A公司进行外部环境分析,运用企业资源理论、能力理论分析A公司的内部环境。第五章运用SWOT模型对A公司的优势、劣势、机会和风险进行评价,运用BCG矩阵分析对A公司的产品业务组合进行分析,通过对A公司的价值链分析确定公司的价值增值环节,最后给出A管理咨询公司的发展战略实施建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李竞光

A3 杜漪

PB 兰州大学

T1 LD管理咨询公司市场营销策略设计

CL 硕士

YR 2007

K1 管理咨询公司;市场营销策划

The management consultant firm ; Marketing plan

AB

LD管理咨询公司是由某大学著名学者、专家和教授倡议成立的，以“促进地方经济、服务地方企业、做好管理文章”为使命，立足于大学务实、勤恳的治学精神，专心致力于研究兰州经济发展特点和兰州企业经营管理规律的高层次研究性和实践性的专业公司。

管理咨询业在我国是一新型和高速发展的行业，国内在80年代才开始实践，在管理咨询方面的研究不多，一般管理咨询公司考虑更多的是如何解决其他企业的问题，而对自身和产品的营销考虑较少。特别是在兰州，管理咨询业的市场营销方面更缺乏相关的研究。中国加入WTO，随着管理咨询市场的竞争越来越激烈，管理咨询公司对自身的市场营销应该作为公司的战略来考虑，可以预测该方面的研究将会愈来愈受到重视。

本文作者亲自参与了LD管理咨询公司的筹划与组建，是管理咨询业从业者，亲身感受到兰州管理咨询业发展的潜力和兰州管理咨询业发展的问题和困境。作者通过对国内外管理咨询业的历史沿革和发展现状分析及对我国管理咨询公司和国外管理咨询公司进行比较分析后阐述了国内管理咨询业与国外的差距。通过对兰州市较知名的管理咨询公司调查和对兰州市场需求进行调查分析后，根据LD管理咨询公司的优势劣势制定了LD管理咨询公司的营销策划方案，其中主要包括目标市场细分与定位，针对目标市场开发服务产品，定价策略，整合营销传播四个部分。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 朱延琴

A3 张阳

PB 河海大学

T1 在华跨国管理咨询公司战略行为特征研究

CL 硕士

YR 2007

K1 在华跨国公司;管理咨询;战略行为;案例研究

multinational corporations in china; management consulting; strategy behavior; case study

AB

20世纪80年代以来，伴随着中国经济的飞速发展，中国的管理咨询市场增速飞快。管理咨询成为朝阳产业。在华设有分支机构的跨国管理咨询公司则成为中国管理咨询行业的第一梯队。战略行为是企业顺利达成其战略目标的重要保证，在华跨国管理咨询公司的战略行为一方面成就了其竞争优势，另一方面已经并且将继续对中国管理咨询的竞争、市场结构、发展方向起到很大的影响。为此论文对于在华跨国管理咨询公司的战略行为特征进行了深入研究。

论文着眼于各种具体的行动来定义战略行为。在理论分析和对在华跨国管理咨询公司发展状况的宏观分析基础上，选取了麦肯锡、罗兰贝格、埃森哲、凯捷、科尔尼、毕博和翰威特等7家在华跨国管理咨询公司为研究对象，采用较为标准的案例研究方法，对于在华跨国管理咨询公司战略行为特征进行了实证研究，主要做了以下几方面工作：

首先论文通过对于跨国管理咨询公司在中国的三个阶段总体状况的分析，认为三个阶段的整体战略目标分别是：试探、进入和发展；然后对“进入”阶段研究了其市场进入战略行为，认为其时间上具有“寡占反应”特征，区位选择上具有“选取沿海开放城市建立分支机构”的特征；接着对于“发展”阶段，研究了最能体现其竞争优势的五种具体战略行为：知识管理的战略行为、实现规模经济的战略行为、人才引进的战略行为、客户开拓的战略行为以及并购，得出这一阶段的战略行为总体特征并进一步将其分解为六个具体特征；最后对相关特征进行了讨论。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 谢东海

A3 欧立雄

PB 西北工业大学

T1 AH管理咨询公司咨询顾问的绩效管理体系研究

CL 硕士

YR 2007

K1 绩效管理;管理咨询顾问;项目团队;激励

Performance management ; Management consulting consultants ; Project team ; Stimulation

AB AH管理咨询公司是专业从事流程管理和管理体系标准运用的管理咨询公司，其咨询顾问团队以其知识、经验和智力采用项目运作的方式为客户进行咨询服务和生产咨询报告。如何提升咨询顾问团队的绩效成为AH管理咨询公司保持竞争优势，形成核心竞争能力亟需解决的问题，目前AH公司咨询顾问的绩效管理中存在较多问题，包括：绩效管理的导向不清晰；咨询活动按项目运作的特征在绩效管理中未得到体现；重个体评价、轻项目团队评价；未充分考虑咨询顾问这类知识型员工的绩效考核特征和考核结果的综合运用。

本文针对AH管理咨询公司与咨询顾问相关的绩效管理问题，基于现代项目管理理念，运用KPI关键业绩指标法、平衡记分卡和360度考评法等绩效管理理论和方法，以培育组织核心竞争能力为导向，结合按项目运作的组织特点，对咨询顾问这类知识型员工的绩效管理体系进行了较为系统地研究。在分析AH管理咨询公司的绩效管理理念，现行考核制度、流程和考核结果运用情况以及咨询顾问这类知识性员工和咨询项目团队的绩效管理特点的基础上，通过员工调查和高层访谈等方法，收集公司高层和咨询顾问的改进建议，重点对AH管理咨询公司面向咨询顾问的绩效管理体系的导向问题、指标设计、考核主体、考核方式和周期等进行了优化设计，同时对绩效考核结果的运用进行了探讨。

本论文的主要成果是以组织核心能力培育为导向，结合项目运作的特征，构建了适用于咨询顾问这类知识型员工的绩效管理实用体系，同时结合管理咨询组织的特点设计了知识型项目团队的平衡记分卡应用模型。AH管理咨询公司面向咨询顾问的绩效管理体系的研究与应用，对同类企业有直接的借鉴作用，对我国管理咨询企业走出绩效管理的误区，创造和培育组织的核心竞争力，使组织在知识经济时代激烈的竞争中获得优势有积极意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 杨波

A3 王保利

PB 西安理工大学

T1 上海菲尔斯信息咨询公司杂志广告业务营销策略研究

CL 硕士

YR 2007

K1 菲尔斯公司;杂志广告业务;营销策略

Faith Company; Magazine advertising business ;Marketing strategy

AB

自我国进入WTO之后,半导体行业已成为世界上不可小觑、最具魅力的巨大市场,全球十大半导体厂商都在中国设有厂房或办事机构。目前,中国大陆的半导体市场规模已成为仅次于台湾的全球第二大市场。半导体市场的蓬勃发展带动了其相关产业的兴起,随着国外半导体行业杂志涌入中国,国内的半导体媒体市场竞争异常激烈,杂志广告业务面临着很大的挑战和机遇。

本论文通过实证研究,以现代市场营销观念、营销组合理论、市场细分理论、企业形象理论、媒体营销理论等相关理论为基础,以上海菲尔斯公司杂志广告营销为背景,首先对上海菲尔斯公司所处的内外部环境进行了分析,并在此基础上对其进行了SWOT分析,找出了其在营销方面所存在的问题。其次,在确定菲尔斯公司杂志广告业务目标市场的基础上,从产品、定价、发行渠道、促销及企业形象传播等几个方面为菲尔斯公司杂志广告业务制定了详细的营销策略。最后,为了保障制定的营销策略能够顺利的实施,笔者从完善营销组织机构、加强营销队伍管理、建立稳定的价格体系和培育忠诚顾客等方面为上海菲尔斯公司营销策略的实施提出了实施建议。

论文旨在结合菲尔斯公司杂志广告业务营销的实际情况以及现代媒体营销等理论的基础上,制定出适合菲尔斯公司开拓上海市场的营销策略,也对其他媒体的市场营销提供了借鉴,具有一定的现实意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 马艳丽

A3 徐瑞平

PB 西安理工大学

T1 管理咨询顾问间隐性知识转移绩效的实证研究

CL 硕士

YR 2007

K1 隐性知识转移绩效;管理咨询顾问;影响因素

The perforamce of tacit knowledge transfer; Management consultant; The influencing factor

AB

21世纪的人类社会已进入一个以知识为主导的时代,知识正逐步取代传统的生产要素——资本、劳动和土地成为企业最主要的资源。隐性知识由于难以记录、难以被局外人模仿和复制等原因,已成为企业的战略性资源,在增强企业核心竞争力中日益凸显。管理咨询企业作为典型的知识密集型企业,实施隐性知识管理具有极其重要的战略意义。隐性知识管理主要包括隐性知识的创造、挖掘、积累、转移和应用的过程,其中隐性知识转移是隐性知识管理的最重要环节,决定着其他环节的顺利进行。

我国咨询企业中的隐性知识大多为咨询顾问所掌握,咨询顾问的知识难以转化为企业共有资产,造成对部分咨询顾问的依赖,成为企业成长的瓶颈。因此,促进咨询顾问间隐性知识转移具有重要现实意义。文章首先综述大量文献,归纳了隐性知识的内涵、特性、隐性知识转移的影响因素以及咨询企业隐性知识转移的研究现状;在理论分析的基础上,提取了影响咨询顾问间隐性知识转移的三个要素:转移内容、转移主体和转移环境,共包含十一个影响因素;建立咨询顾问间隐性知识转移影响因素的概念模型并提出研究假设,通过设计问卷和数据收集,并运用SPSS统计软件对调查问卷的结果进行分析,检验相关假设,得出影响因素与隐性知识转移绩效的关系。

根据实证研究结果,本文得出转移主体的转移意愿、转移能力、接受意愿、接受能力与隐性知识转移绩效呈显著正相关关系;转移内容的嵌入性与隐性知识转移绩效没有明显负相关关系;转移环境的学习文化与隐性知识转移绩效没有明显负相关关系等。此外,本文根据研究结论,结合我国管理咨询企业的实际情况,提出了促进咨询顾问间隐性知识转移的合理建议,对我国管理咨询企业实施知识管理具有较好指导意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 周玲

A3 朱宗乾

PB 西安理工大学

T1 咨询公司ERP咨询项目实施风险评估与对策研究

CL 硕士

YR 2007

K1 咨询公司;ERP咨询;风险评估;Bayesian网络

Consulting firm; ERP consultation; Risk evaluation; Bayesian network

AB

随着市场竞争的加剧,企业信息化已是大势所趋,企业资源计划(enterprise resource planning,ERP)是当今社会流行的企业管理模式。但是,企业ERP项目实施是高投入、高风险的。由于企业自身资源的限制,企业管理者就需要借助于一种专门的公司——咨询公司。然而,如何把抽象的管理理念灵活运用于不同的ERP实施企业,这正是咨询公司ERP咨询项目实施面临的挑战,在这种情况下,咨询公司作为ERP系统实施服务提供商其咨询实施风险是显而易见的。

本文以咨询公司的视角,研究其ERP咨询项目实施风险评估与对策,着力于建立一套科学的可操作的风险辨识、风险评估和风险控制的体系。首先结合咨询业务流程与ERP咨询实施案例,揭示各阶段风险机理、完成“三阶段”风险辨识。随后,根据ERP咨询项目生命周期建立三阶段风险评价指标体系,并针对咨询公司ERP咨询项目实施风险特点和风险定量评估要求,提出基于Bayesian网络的ERP咨询项目实施风险评估方法。最后根据风险评估结果制定相应的风险对策,并通过实例验证了论文方法的有效性。

本文的研究可以科学、客观地预测咨询公司ERP咨询项目实施中的风险,为风险管理决策者制定风险控制策略提供依据,这对咨询公司及其发展将是一个非常有价值的研究课题。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 储萍

A3 戴文战

PB 浙江工商大学

T1 多属性决策若干方法研究

CL 硕士

YR 2007

K1 多属性决策;规范化;灰色关联度;动态;区间数

multiple attribute decision-making; standardization; grey relation degree; dynamic; interval numbers

AB

多属性决策主要是解决具有多个属性(指标)的有限决策方案的优选或排序问题，是决策理论和现代决策科学的重要内容，已成功运用于工程设计、社会、经济管理、军事等诸多领城的实际问题中。然而，随着经济、科学技术和社会的发展，人们遇到的多属性决策问题越来越多，且越来越复杂，单凭决策者个人的学识和经验做出决策，已不能适应这种变化了。因此系统深入地研究有效、实用的多属性决策方法具有重要的现实意义。

本文对几种多属性决策理论作了一些探讨，主要包括以下三个方面：

1．多属性决策矩阵的规范化处理方法研究。本文基于“奖优罚劣”的思想，分别提出了基于转换函数1-a~(-x)/1+a~(-x)(a＞1)和函数2/πarctan x的规范化处理方法，并分析了指数a的取值不同对于处理结果的影响，并用实例证明了该类方法的有效性，且证实了该类方法能有效的提高决策的稳定性及分辨精度；

2．基于灰关联贴近度的多属性决策方法研究。本文对灰色关联度思想进行了更深入的研究，提出了一种灰关联贴近度的决策模型，并运用此方法将我国几个地区的经济效益进行了排序。实例结果也表明该方法不仅计算简便，且合理可靠；

3．区间数动态多属性决策方法研究。本文提出了一种基于线性规划模型的区间数动态多属性决策方法，通过建立动态多目标规划模型来求解属性权重向量及各方案的综合评价值，从而判别是否存在优势方案并确定最优方案。并将该方法运用于投资银行对四家企业近三年来的综合评价问题中，取得了满意的效果。该方法拓宽了多属性决策的研究领域，具有十分重要的理论意义与广泛的应用价值。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘月华

A3 汪波

PB 天津大学

T1 管理咨询公司知识管理体系研究

CL 硕士

YR 2007

K1 管理咨询;项目知识体系(PMBOK);项目知识管理;核心竞争力

“Management consulting”;;“PMBOK”;;“Project Knowledge Management”;;“Core Competence”

AB

近年来,管理咨询业发展速度很快。国外著名管理咨询公司几乎全部进入中国,管理咨询行业进入激烈竞争态势。

国内管理咨询公司面对环境的不断变化和强大的竞争对手,如何培育自身的核心竞争力,以求在众多的管理咨询公司中脱颖而出,这是一个值得研究的课题。

管理咨询公司是典型的知识型企业,是服务于决策的;知识是咨询公司的立足之本,服务之源,核心利润源,所以管理咨询公司研究和实践知识管理尤为重要。管理咨询公司的核心能力是在知识管理实践中逐渐形成和发展的,两者有着密切的联系。所以说管理咨询公司要创造持续性竞争力和竞争优势,关键是要实施知识管理。

本文从管理咨询的发展、项目知识构成、咨询公司知识管理特点及相应的实施策略对管理咨询公司的知识管理进行分析和探索,提出了一些在管理咨询公司推行知识管理的方法策略,并进行实证分析,通过研究管理咨询公司的知识管理,打造管理咨询公司的核心竞争力,促进我国管理咨询公司快速成长。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 武杰

A3 邹华;刘敏

PB 沈阳工业大学

T1 管理咨询程序及评价

CL 硕士

YR 2006

K1 咨询;咨询顾问;实施管理;咨询评价;项目管理

Consult; Consultant; Implementation Management; Evaluation; Project Management

AB

分析我国企业管理所面临的问题，指出管理咨询对我国企业的重要性。分析管理咨询行业及其从业人员，提出作为管理咨询顾问所需要具备的知识和素质。归纳和总结在做管理咨询过程中的体会、感悟、以及经验教训，提出管理咨询五步走程序，重点阐述了咨询方案实施对企业的重要性。对于管理咨询行业所提供的服务如何进行客观公正的评价，历来都是一个相当困难和敏感的问题。通过对管理咨询过程和管理咨询对企业的影响方面进行系统的分析，从第三方的角度对评价方法进行分析，建立管理咨询与价值系统分析方法模型：咨询顾问、咨询程序、客户、项目管理和项目监理(CPCMS，Consultant-咨询顾问，Process-程序，Client-客户，Management-项目管理，Supervise-监理)在管理咨询价值分析评价方面建立包含“管理理念、管理流程、具体指标”三个维度的三维评价模型，可以帮助咨询公司提升咨询服务质量，也能帮助企业在寻求咨询服务时进行决策。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 欧阳明

A3 李士群

PB 北京交通大学

T1 咨询服务企业人力资源投资成本的会计核算研究

CL 硕士

YR 2006

K1 人力资源;投资成本;会计核算〕

Human resources; Investment costs; Accounting

AB 人类社会已经走进了知识经济时代，企业人力资源及其管理对于企业具有决定性的作用。而传统会计在其产生时还没有所谓的人力资本、人力资产投资等方面的经济理论，不能反映和提供企业人力资源取得、开发、使用、保障、离职等方面的成本支出和产生的价值，也就不能为企业决策者带来更加准确，更加市场公允化的人力资源信息数据。

本文从五个基本成本模型入手，选择人力资源利用率较高的咨询服务企业，提出会计核算假设，并以可操作性为基点，在人力资源成本的内容确认，计量、账户设置和账务处理等方面提出包括离职低效成本计量的新方法和核算处理方式，基本构建了可纳入传统核算的咨询服务企业人力资源投资成本的会计核算体系，并以例证实际操作了该会计核算体系处理方法，为在我国咨询服务企业中逐步推行人力资源成本的核算提供了一定的参考，具有一定的现实意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王矗

A3 张文松

PB 北京交通大学

T1 中国管理咨询业的发展策略研究

CL 硕士

YR 2006

K1 管理咨询;知识管理;人力资源

Management Consulting; Knowledge Management;Human Resource Management

AB

中国的管理咨询从20世纪80年代起步至今不过20年的发展历程，相对于西方近百年的管理咨询产业历史，我国的管理咨询业还显得非常年轻，这个年轻的行业在中国的经济环境的成长过程中表现出怎样的形态、行业的演变趋势如何、国内管埋咨询业如何能够迅速、健康地发展等等，是所有业内和关心这个行业发展的人士十分关注的问题。

本文通过对国内外的管理咨询业的比较研究，认为中国管理咨询业发展的前提是加强自身管理。咨询公司要抓住两个重要环节：知识管理和人员管理。其中，人员管理是关键，知识管理是核心，两者相辅相成，缺一不可。人员管理从招聘符合企业文化和发展方向的人选开始，通过考核和晋升，培养成合格的咨询专家。专业的咨询人才和成功的项目经验是咨询公司最终的价值沉淀，体现在知识管理中，反过来知识管理也是高质量咨询成果的有力保证。

作者坚信随着咨询公司自身能力的不断增强，业务规模的不断扩大，中国管理咨询公司将成为能与国际知名咨询公司进行抗衡的国际型生力军。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 时昆

A3 夏庆丰

PB 贵州大学

T1 北京时代先锋管理咨询公司电话营销研究

CL 硕士

YR 2006

K1 电话营销;直复营销;管理咨询;忠诚

Telemarketing; Direct Marketing; Management consultation; Loyalty

AB

在激烈的市场竞争中，电话营销作为一种能够帮助公司获取更多利润的营销模式，在国外已经获得广泛地应用并取得巨大的成功。在我国，对电话营销的研究和使用还不多，有待于进一步推广。

通过分析国内外电话营销的发展状况及我国管理咨询公司电话营销现状，提出发展电话营销的必要性。然后分析北京时代先锋管理咨询公司的现状及在电话营销过程中出现的主要问题，如目标客户定位不准确；数据库不精确、容量小；支持电话营销的系统和各种媒介不完善；电话营销流程不通畅；电话营销人员素质不高；电话营销团队意识不强等。针对这些问题提出北京时代先锋管理咨询公司战略调整的迫切性，分析转变策略的可行性，并提出相应的对策，即制定营销战略，准确定位目标市场；建立高质量的数据库；建立良好的系统和媒介支持体系；规范销售流程；有效管理TSR(电话营销人员)，稳定销售队伍；组建一支集成组合管理团队，发挥每位员工的智慧；实施客户关系管理，增强客户的忠诚度等。希望北京时代先锋管理咨询公司能合理地进行电话营销，提高公司的知名度，并在竞争激烈的咨询市场中逐步发展壮大。也希望对类似的企业起到借鉴作用。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 宋光荣

A3 王晓惠

PB 上海海事大学

T1 A咨询公司发展战略研究

CL 硕士

YR 2006

K1 外资企业;咨询公司;发展战略

WFOE;; consulting company;; development strategies

AB

随着经济全球化和中国市场经济进一部深化与完善,各行业的市场竞争变得越来越激烈。同时,现代企业越来越关注它们的中长期发展战略问题。在这种情况下,它们或者自己做各种战略;或者向咨询机构请求“外脑”帮助它们做战略规划;或者在自己做战略的同时,向咨询机构寻求战略研究的参考。作为一种行业,咨询业的各种咨询公司同样处于激烈的市场竞争之中。多数咨询公司也有自己的战略,但部分咨询公司在给其它行业企业“出主意”的同时,自己却缺乏一个明确的中长期的发展战略。

A咨询公司是一家新加坡独资的外资企业,于2004年5月在上海注册营业。公司业务包括网站、书籍和记录片的媒体广告,编写出售英文版本的中国商务指南和各种行业报告,承揽和提供管理咨询服务;服务对象以上海为主,辐射全国乃至中国以外的客户。经过两年多的经营,但公司的经营状况并不令人满意,尤其是营业额一直徘徊不前,尽管随着中国经济的持续增长,信息和咨询业务的需求不断攀升。

由于行业的进入门槛较低,加上行业较高利润率的吸引,不断有企业进入,竞争日趋激烈。随着竞争的继续加剧,竞争对手要么更加专业化,要么通过各种方式壮大企业实力,从而增强竞争力。A咨询公司面对巨大的竞争压力,如果公司没有一个明确中长期发展战略,同时采取必要的措施,很有被行业内竞争对手淘汰的可能。

本文首先指出A咨询公司出现经营状况和不能令人满意的原因,由于缺乏一个明确的中长期企业发展战略,也就是人们通常所说的“走一步,看一步”,从而导致企业现有的经营状况以及公司的管理现状。直接表现出来的就是缺乏主营业务、市场营销能力弱、人员流动快以及经营业绩上不去的结果。

论文从战略管理的基本原理出发,分析了我国咨询行业的发展、市场状况、竞争结构和前景,客观的分析了A咨询公司的优势和劣势;通过对政治、经济、文化和技术环境等外部因素的分析,得出了公司所面临的机会和威胁;通过SWOT分析和战略矩阵分析规划出A公司的发展战略。

论文基于A公司的经营和管理现状以及内外部因素为公司制定了战略目标和战略实施的措施,通过职能团队的调整、加强市场营销、人力资源管理和企业文化建设等措施,从而保证发展战略的实施。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 陈亮

A3 秦远建

PB 武汉理工大学

T1 咨询业知识型员工绩效评估体系研究

CL 硕士

YR 2006

K1 咨询业;知识型员工;绩效评估体系

Consulting industry;Knowledge worker; Performance appraisal system

AB 咨询服务业在世界发达国家早已成为一个重要行业。在我国尽管直到改革丌放以后才以服务业的姿态崭露头角，但近20年来，我匡的咨询业发展却非常迅速，这对咨询业从业人员的素质提出了新的要求。他们必须以创造性的、富于变化的、不可预测的知识性工作作为主要的工作方式，知识的管理能力成为企业核心竞争能力的关键，企业的生存和发展将更多的取决于知识的拥有、创造和利用。因此，咨询行业的知识资本所有者—知识型员工就成为企业管理的关键。

正如管理大师彼得·德鲁克所说，知识工作者的生产力将成为企业对人员进行管理的中心议题和21世纪对管理的最大挑战。如今，越来越多的企业，尤其是咨询公司，在知识型员工的绩效评估方面受到严峻的挑或。如何管理知识型员工，了解他们的需要，有效地激励他们，成为了知识经济时代管理者们首要考虑的问题。在这种背景下，本文选取了管理学界普遍认可的知识型员工的典型创新者作为研究对象，并且从知识型员工集中存在的咨询业出发，试图通过对影响这个群体行为的需求因素的研究，来找到适用于中国咨询业知识型员工的绩效评估，从而为中国咨询业更好地管理好知识型员工提供参考。

本文进行员工绩效评价研究的目的是为了改进员工绩效，通过分析我国咨询业知识型员工绩效评价现状，利用现代管理科学相关理论，尝试建立一套具有一定理论基础、可操作、适用于咨询业的员工绩效评价体系，具体包括完整合理的评价指标体系、公正的评价方法、对员工绩效评价结果进行评价分析及调整等内容。研究重点是绩效评价方法，指标体系和结果评价分析都是为评价方法服务的，因为只有高效识别和公正评价员工绩效，并检验评价过程的有效性，及时调整指标体系、评价方法和过程，才能保证绩效评价的科学公正，真正达到员工绩效的改进。本文分为六个部分：第一个部分是绪论；第二部分是咨询业知识型员工的概念、特征及绩效评估现状；第三部分是咨询业中知识型员工绩效评价指标体系的构建；第四部分是咨询业中知识型员工绩效评估体系的构建，第五部分是案例分析；第六部分是总结及展望。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 徐江南

A3 单汨源

PB 湖南大学

T1 基于群组层次分析法的管理咨询项目均衡控制模型研究

CL 硕士

YR 2006

K1 群组层次分析法(GD-AHP);管理咨询项目;均衡控制模型

Group decision-Analytic hierarchy process(GD-AHP);Management consultation project; Balanced controlling model

AB

管理咨询作为加强和改善企业经营管理的重要手段,已被世界各国公认。管理咨询业的发展水平是一个国家的企业管理水平和企业竞争力强弱的标尺。目前,世界500强的企业中有50%左右的公司拥有自己长期合作的国际著名咨询公司。据权威专家估计,到2010年,中国咨询市场的市场容量将达到100亿美元,管理咨询也被列入鼓励外商投资的产业目录,但中国的管理咨询与发达国家相比还存在巨大差距,无论在数量、规模、质量方面都较显稚嫩。面对国内巨大的咨询市场需求,企业呼吁提高管理咨询项目的运作绩效,以填补实际需求与咨询项目运作水平较低之间的落差。

目前,国内对管理咨询的研究大都停留在表面,主要集中于对管理咨询的未来发展战略和中外管理咨询发展比较研究等方面,深入研究管理咨询核心业务——咨询项目运作的几乎没有,结果,咨询项目管理中由于管理者自身的失误和我国咨询项目管理理论的不成熟造成项目目标失控的现象不断发生,项目运作的成功率不高,严重影响了咨询双方的绩效。因此着手研究如何管控咨询项目目标的实现是目前管理咨询从业者的工作重点。

本文以管理咨询项目均衡控制为研究对象,综合了来自管理咨询公司内部调研资料、相关文献、网络资料等,通过对已有的相关研究成果进行深入的解读和分析,提出应结合管理咨询项目的特点正确认识其绩效目标,基于咨询双方的利益构建项目目标体系;通过对目标体系内部相关性以及相关性对目标体系影响的分析,提出了目标绩效的动态均衡,并运用多目标规划算法计算出项目目标绩效均衡区域;然后,提出群组层次分析法建立均衡控制模型,演算目标均衡区域的实现路径,介绍项目均衡目标的计划控制模型和项目纠偏补救控制模型;最后,文章以某管理咨询项目为样本举出实例进行实证分析。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 陈磊

A3 封小云

PB 暨南大学

T1 中国管理咨询业现状及发展思考

CL 硕士

YR 2006

K1 管理咨询;制度安排;产业竞争力;“钻石”理论

Management Consulting ; institutional arrangements ; industrial competitiveness ; " diamond theory"

AB 管理咨询随着市场经济的发展应运而生，在我国作为一个新兴的行业，尽管存在无限商机和发展机遇，但主要还存在两大问题：一是行业发展不规范；二是管理咨询企业竞争力薄弱。那么如何去解决这两个问题，便成了当务之急。

文章共分为四部分：第一部分，介绍管理咨询的理论背景。第二部分，从四个角度探讨了2004年中国管理咨询行业发展情况，并针对管理咨询行业的区域分布、服务行业、业务种类等方面表现出来的特点逐一进行了分析。同时也指出制约我国管理咨询业发展的因素，并对我国管理咨询业发展趋势做了预测。第三部分，笔者试图以新制度经济理论为视角，构筑制度安排供给与需求的框架，分析我国管理咨询业的发展过程并找出问题的关键所在，最后给出建议——如何为管理咨询业创造发展的外部环境和条件。第四部分，文章从波特的“钻石理论”的四个决定要素和两个可变要素说起，分析我国管理咨询业的现状以及存在的问题，最后给出建议——如何提升我国管理咨询业的竞争力。

本文的创新之处：文章将制度安排的供给与需求框架与波特的“钻石”理论结合起来。前者的分析与建议旨在为我国管理咨询业构筑外在环境和创造外部条件，而后者的分析旨在解决我国管理咨询业的“如何发展”的问题。简而言之，前者的分析是为了解决“规则”问题；后者则为了解决“发展战略”的问题。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 高岩

A3 范并思

PB 华东师范大学

T1 我国ERP咨询业研究：现状、问题与对策

CL 硕士

YR 2006

K1 ERP;ERP咨询业;管理咨询业;ERP咨询公司;企业信息化

ERP;ERP Consultation; Management Consultation;ERP Consultation Enterprise;Enterprise Informationization

AB 信息技术的迅猛发展，导致一场前所未有的信息革命和全球信息化浪潮遍及社会生活的各个方面。在社会竞争越来越激烈的今天，企业只有通过信息化，加快发展，提高核心：竞争力，才能有效应对日益激烈的国内外市场竞争的挑战。

随着现代信息技术的飞速发展，企业信息化建设己成为提高企业竞争力的主要课题。ERP系统的实施成为我国各企业的迫切需求，然而，ERP工程的高失败率却令广大企业望而却步。ERP咨询业是在现代管理咨询业基础上发展起来，并伴随ERP的兴起和繁荣而日益成长的新兴产业，它对企业ERP系统的成功实施具有举足轻重的重要作用。因此，对ERP咨询业进行分析研究有着十分重要的意义。

ERP咨询业是在当今信息时代伴随着ERP的兴起和繁荣而日益成长的一种新兴产业，它对企业ERP系统的成功实施具有举足轻重的重要作用。我国从1981年引入ERP系统，至今已有二十多年的历史，其间经历了导入、成长、普及三个发展阶段。我国ERP市场巨大且增长迅速，然而ERP系统实际的成功率却是令人堪忧的。

本文在对国内外资料和案例进行调研的基础上，探究ERP咨询业的相关问题，对我国ERP咨询这一行业进行深入系统的分析。引言部分介绍了研究目的，研究现状，研究方法以及本文的创新之处。

第二章对ERP咨询业进行系统性的分析研究。现代咨询业是ERP咨询业的发展演变基础，ERP和ERP咨询的概念决定了ERP咨询业在ERP咨询市场中所扮演的角色以及合适的位置关系，ERP咨询业的出现和发展对传统咨询业带来了一系列的影响。

文章第三部分先介绍了ERP咨询业的作用和服务内容，接着，在整体介绍我国ERP实施情况的基础上，结合具体案例分析了我国ERP咨询业的现状，从ERP企业咨询方、ERP咨询机构和宏观环境三个方面指出我国ERP咨询业存在的问题：在咨询企业方面，企业咨询意识不足，咨询意识还不强，ERP咨询市场仍处于培育期。另外，我国企业在管理运作方面的弊端阻碍了ERP咨询的顺利开展，企业管理薄弱、实施矛盾多、不可控因素多，企业内部IT管理咨询人才的严重缺乏已成为信息化发展的瓶颈。在ERP咨询机构方面，国际咨询公司

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 朱旭

A3 汪海燕

PB 华中师范大学

T1 咨询过程的深度

CL 硕士

YR 2006

K1 会谈深度;咨询过程;三维模型

session depth;counseling process;three-dimension model

AB 江光荣(2005)提出咨询过程深度的三维模型,该模型假设咨询会谈的深度会沿着非情感的——情感的、非个人的——个人的、非此时此刻的——此时此刻的三个维度加深。为验证此三维模型,在一所大学的心理咨询中心选取了28个咨询会谈进行录像,然后依据模型对录像资料编码,考察编码结果与咨询师和当事人对会谈深度评价之间的关系。结果表明:

(1)咨询师和当事人对会谈深度有着不同的评价,当事人对会谈深度的评价显著高于咨询师;

(2)咨询过程深度的三维模型和咨询师对会谈深度的评价有显著相关,但与当事人对会谈深度的评价无相关;

(3)三维模型各个维度在会谈中随时间的变化曲线有一定特点,可以通过会谈曲线来了解咨询过程。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 彭益飞

A3 刘卓林

PB 南京理工大学

T1 A管理咨询公司营销策略研究

CL 硕士

YR 2006

K1 管理咨询;营销策略;咨询产品标准化

Management Consulting; Marketing Strategy; Consulting products Standardization

AB 咨询业是以提供信息和智力服务为特征的新型产业，是社会综合服务体系的重要组成部分，在当前以知识经济为主导的国民经济建设和社会发展中发挥着越来越重要的作用。现代咨询业的发展呈现全球化趋势，咨询业已成为高度职业化的行业。随着WTO的到来，咨询市场会更大，各种潜在需求也会浮现，管理咨询将会有比较大的发展空间，同时它也将面临不断增长的挑战。

本文通过分析我国管理咨询业的现状、问题、优势和机遇，并通过对A管理咨询公司SWOT分析，归纳出A公司的优势、劣势、机会及威胁，从而构建出A公司的SWOT营销战略矩阵，进而提出了A公司的营销战略构想，并设计了A公司的营销策略：聚焦营销策略、咨询产品标准化策略、网络营销策略。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张宁

A3 陈春宝

PB 北京林业大学

T1 咨询项目中知识共享的影响因素研究

CL 硕士

YR 2006

K1 咨询项目;项目管理;知识共享;影响因素

Knowledge Sharing; Consulting Project; Project Management; Impact Factor

AB

很多不同学科的研究人员已经进行了知识共享影响因素方面的研究,也产出了不少成果。但是实践界内的组织管理者们却很难基于这些研究结果开展工作,而且这些已有研究中对咨询项目中知识共享的研究甚少。

本论文通过回顾历史文献,从组织、人员和支撑工具三个方面总结了一般意义上的知识共享的影响因素,并同影响咨询项目成功的关键因素对照,发现两者在很多因素上重叠,表明改进努力的目标是一致的,奠定了在咨询项目管理中引入知识共享的基础和可行性。在此基础上,通过对咨询项目的特点分析,如高度的客户互动、对历史积累的重用等,提出了咨询项目中知识共享的十字模型。十字模型以项目团队为中心,体现和客户、历史积累、并行项目和外部资源的知识互动。在十字模型的基础上,从项目生命周期的角度,分析了咨询项目中知识共享的具体过程和主要活动,并从组织、人员和支撑工具三个方面提出做好知识共享的关键点。对这些关键点,笔者还通过对长城战略咨询公司咨询项目中知识共享的把握进行了案例分析。

研究结果表明,在咨询项目的项目管理过程中引入知识共享,以项目管理为主线,通过提升项目管理过程中知识共享的水平,在保证单个项目成功的同时,通过组织范围内的知识共享和管理,汇集所有项目的经验教训并在组织范围内共享,可以获取长期的竞争优势。

本研究中总结的知识共享影响因素表可以为项目经理用来检查项目团队是否已经做好了知识共享的各方面的准备,发现可能存在的影响知识共享的因素,为改进活动提供方向;此外,本研究中总结的咨询项目生命周期中各阶段知识共享的关键点,更可为项目经理在项目管理过程中,随时监测项目运行中知识共享的情况,为及时调整反馈提供基础。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 陈鹏

A3 熊伟

PB 对外经济贸易大学

T1 中国管理咨询企业服务营销策略研究

CL 硕士

YR 2006

K1 服务;服务营销;管理咨询

Services;Service Marketing;Management Consulting

AB 随着工业化进程的深入和经济信息化、知识化程度的不断提高,服务业在当代经济中扮演的角色越来越重要,人们对服务业的态度发生了根本性的转变,针对服务业的研究逐渐丰富起来。现在不论在全世界还是我国,服务业都得到了迅猛发展。服务业已经不能用低技术与低收入水平来描述了。相反,诸如咨询、银行、保险、通信等成为增长最快的行业。事实上,服务业是当今世界经济全球化的重要推动力。服务业在全球经济中的地位正在不断提高,已居于极其重要的位置,任何国家和社会都要重视服务业的巨大潜力,并采取各种措施推动服务业的快速、健康、有序的发展,使其成为推动整个国家经济前进的重要推动力。

管理咨询业属于典型的服务业,管理咨询是知识的再生产,在企业管理中针对不同客户,不同问题,创造性的解决管理问题,它生产的是知识产品,而生产是有一定的程序的,这与一般问询或一问一答显然有原则区别。一般的问询、问答,它不可能有严格的“生产”企业管理决策知识产品的程序,它们也不可能生产出对管理决策建议的发展有价值并受到客户满意的产品。咨询业是以自己的知识和智慧帮助企业成功的。

在我国,管理咨询作为服务业的发展才刚刚十几年,无论是从从业人员素质、品牌建设还是核心竞争力培养等方面还处于浅显的程度,现有的研究在深度和层次上多略显不足。本文首先服务及服务营销相关概念和理论进行了综述,然后对管理咨询的在我国的发展、现状、及存在的问题进行了分析,最后结合现阶段对管理咨询市场的竞争、需求分析,为管理咨询企业服务营销策略提出了具体的理论依据和基本策略建议。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 范颖

A3 潘留栓

PB 兰州大学

T1 咨询企业知识共享机制建立与培育研究

CL 硕士

YR 2006

K1 咨询企业;知识共享;机制;客户知识

Consulting enterprise;knowledge sharing;mechanisms;customers knowledge

AB 伴随着世界经济由工业经济向知识经济演变,知识的重要性日益显现,知识成为当今社会重要的经济资源并且具有很高的市场价值。未来企业的竞争优势主要来自交换、共享和创新各种知识资源的能力。

咨询企业作为典型的知识型服务企业,具有以知识为核心的特点。对企业内部及外部的知识进行系统组织,激励咨询人员对知识的吸收与释放,形成知识交流、共享、创新为一体的知识管理系统,是形成咨询企业核心竞争力的关键。本文旨在通过分析知识共享理论以及国内外咨询企业知识管理特点和知识共享的现状,结合我国咨询企业知识共享存在的主要问题,研究咨询企业内部、外部及客户三个方面知识共享的障碍,建立适合咨询企业的内部、外部及客户知识共享的全面知识共享机制,促进企业的知识共享水平,进而提高企业知识管理水平,增强企业对市场的应变能力,并形成企业的知识创新能力。

本文的核心在于咨询企业知识共享机制的内部构建。通过从组织和个体两个层面分析组织内部知识共享的障碍,构建咨询企业的内部知识共享机制,包括知识共享运行机制、知识共享文化促进机制及知识共享创新机制。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 杨婷婷

A3 匡建超;马永旺

PB 成都理工大学

T1 咨询企业绩效评价模型研究

CL 硕士

YR 2006

K1 咨询企业;绩效评价;模型;平衡计分卡(BSC);主客观综合

Consulting Enterprises;Performances Evaluation;Model;Balanced Score Card;Subjective and Objective Integration

AB 企业绩效评价是经济体系中的核心问题，是当今世界企业界和会计界普遍关注的一个重要课题。伴随经济全球化和贸易一体化进程的不断加快，以及中国加人WTO之后，我国咨询企业的发展速度加快，但总体上尚处于不成熟阶段，同国外咨询业还存在一定的距离。整体上咨询服务尚处于较低的水平，服务能力还比较弱。近年来，对咨询企业绩效评价越来越来受到企业决策层的高度重视，已成为企业绩效评价工作的研究重点和热点。

本文在前人研究成果的基础上，就咨询企业绩效评价的相关问题进行了较为系统的研究。论文首先综述了国内外企业绩效评价的研究发展现状和企业绩效评价的发展展望。然后，归纳总结了咨询企业的特点，构建了基于平衡计分卡的咨询企业绩效评价指标体系，并在剖析传统综合评价方法的基础上，提出了主客观赋权法，构建了主客观综合绩效评价模型。最后，以绵阳CE公司为例，进行了应用分析。研究表明：主客观综合绩效评价模型能够实现咨询企业绩效评价研究的目标，应用效果符合客观实际，具有一定的实用价值。

论文取得的主要成果如下：

(1)从财务维度、客户维度、内部流程维度、学习与成长维度四个维度出发，构建了基于平衡计分卡的咨询企业绩效评价指标体系。

(2)通过比较分析，采用主客观相结合赋权方法确定指标权重，解决了因依赖专家个人经验而造成的权重设置的片面性。

(3)本文在剖析传统综合评价方法的基础上，结合咨询企业的自身特点，建立了咨询企业主客观综合绩效评价模型。

(4)将主客观综合绩效评价方法应用于咨询企业的绩效评价工作中，有助于管理者更好地评价企业绩效，从而做出正确的决策。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 管在高

A3 赵康

PB 苏州大学

T1 中国管理咨询业协会研究：性质、功能及运行机制

CL 硕士

YR 2006

K1 管理咨询;行业协会;功能;运行机制;发展战略

Management consulting; Professional association; Function; Operating mechanism; Developing strategy

AB 本研究系赵康教授主持的国家社会科学基金项目(“发展中国的管理咨询行业/专业:一个行业/专业协会层面的理论和实证研究”,03BZZ025)子课题之一,旨在从非营利组织、交易成本、法团主义、治理与善治等相关理论视角来建构与实证考察我国的管理咨询业协会,透视其性质、功能、与政府及会员的关系、以及内部的运行机制。实证部分涉及北京、天津、江苏、湖南、四川、河南、山西等7个省级科技咨询业协会。多个案考察兼持一个中外比较研究的视角,揭示出我国管理咨询业协会四个方面的存在问题:发展滞后,未形成独立的管理咨询业协会;官办色彩浓,缺乏独立性;内部治理机制不完善;功能不健全,行业内缺乏号召力,并据此提出了相应的发展战略。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 默菲菲

A3 赵康

PB 苏州大学

T1 欧美管理咨询业协会：功能、运行机制、成功经验及其启示

CL 硕士

YR 2006

K1 管理咨询;行业协会;功能;运行机制

Management consulting; Professional association; Function; Operating mechanism

AB

本研究系赵康教授主持的国家社会科学基金项目(“发展中国的管理咨询行业/专业:一个行业/专业协会层面的理论和实证研究”,03BZZ025)子课题之一,旨在从非营利组织、新经济制度学、公民社会、社会专业化运动等相关理论视角来建构与实证考察欧美管理咨询业协会,透视其功能和内部的运行机制。实证研究涉及欧美5个管理咨询业协会。多个案考察揭示出欧美管理咨询业协会的成功经验:行业协会功能发挥充分;有效整合行业信息;沟通外界和行业;行业自治;提供培训和发展机会;恰当的经费来源;有效的法人治理机制和现代的内部管理。这些对我国相应实践有一定启示作用。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 陈莹

A3 徐瑞平

PB 西安理工大学

T1 咨询企业知识共享机制研究

CL 硕士

YR 2006

K1 咨询企业;知识共享;知识管理;共享机制

Consulting Entrprises ;Knowledge sharing ;Knowledge management ;Knowledge sharing mechanism

AB

知识经济时代,针对知识的管理——知识管理成为当前世界性的管理理论与实践中的一个热门的前沿探索领域。咨询企业作为典型的知识型企业,实现咨询企业内部有效的知识共享是其保持市场竞争优势的一个重要手段和关键环节。

本论文在知识管理、智力资产管理、知识共享的理论与方法的研究基础上,进行了咨询企业知识共享主体分析、内容分析和模式分析。在上述咨询企业知识共享机理分析的基础上,为咨询企业构建了一个包括激励机制、组织机制、媒介机制、反馈机制的较全面的、动态的知识共享机制。其中在激励机制方面,建立了包括知识绩效考核制度、知识公认制度等一整套激励机制;在组织机制方面,选择网络——层次型的组织结构作为咨询企业促进知识共享的组织形式;在媒介机制方面,根据知识特征与媒体富裕匹配规律,提出以人为主和以物为主的两种媒介传播方式;在反馈机制方面,从态度、环境、行为活动三个维度构建了企业知识共享效果综合评估指标体系,并建立了数学模型进行量化处理。除了上述咨询企业共享的核心机制,本文认为共享企业文化、知识管理技术以及专门的知识管理团队对知识共享的促进作用也不容忽视,所以有必要建立包括上述三者的知识共享支持平台作为核心机制的补充。

论文从知识共享核心机制与支持平台两个层面,建立了一整套咨询企业知识共享总体体系,以达到通过促进企业知识共享挖掘企业内部的知识资源从而提高企业的效率和核心竞争力的目的。并希冀通过该次研究对其他类型企业的知识共享实施有所启示和指导意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 汪祥春

A3 郑家祥;赵卫东

PB 电子科技大学

T1 管理咨询公司的管理模式创新研究

CL 硕士

YR 2006

K1 管理模式;项目化管理;动态团队管理;知识管理

management pattern; project management; dynamic team manages; knowledge management

AB

近年来,随着经济的发展和产业的不断升级,中国的管理咨询行业迎来了快速发展的阶段。但目前国内咨询公司受自身管理模式的制约,规模普遍偏小,往往不能有效聚合高级人才形成较强的实力和较大规模,业务规模较小,不能适应当前的市场需求和承接高端的咨询项目。无力和国外的著名咨询公司进行抗衡。并且咨询公司自身的规模发展到一定程度时往往发生管理混乱,内部分裂,迅速衰落直至消亡的现象。究其根由,在于现有管理模式不能适应像咨询公司这样快速成长的知识型企业,必须对原有管理模式进行改革和创新。

本文主要分为三个层次。首先从企业管理模式的理论和发展历史出发,介绍了国外两种比较典型的管理模式,简要陈述管理咨询公司的特点和国内外的发展概况。然后,针对国内管理咨询公司现有管理模式的分析,并结合中国国情和管理咨询行业的发展现状,在原有的管理模式基础上进行大胆改革和创新,摸索建立的一套基于核心业务流程进行组织结构的设计,实行项目化的动态团队管理,建立和强化知识管理制度的新型管理模式,初步建立一套能够适应国内快速扩张的管理咨询公司,也能适用于其他知识型企业的新型管理模式。最后,分析DL管理咨询公司在管理模式创新过程中,进行的有意义探索,有成功的结果,也存在不足的问题,初步揭示管理模式创新过程中可能遇到的问题和需要的条件,希望能有效的应用于国内处于转型期的咨询公司管理实践中去,也希望能对中国的知识型企业在快速成长中转换管理模式提供一定的借鉴作用。

本文的创新之处在于:第一,在管理咨询公司的管理模式中引入按核心业务流程设计组织结构的思想,并将项目化动态团队管理应用到咨询公司的管理模式实践当中。第二,在咨询公司管理中,建立和强化知识管理制度和体系,对于像咨询公司这样知识型企业中,人才和知识作为企业的核心资源,而人才流动又非常普遍的情况,形成有效制约。

本文的意义在于将先进的理论能够有效组合,应用于中国咨询公司的管理实

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 罗昆

A3 刘尔烈

PB 天津大学

T1 泰益投资管理咨询有限公司创业及发展战略规划

CL 硕士

YR 2005

K1 泰益公司;创业及发展战略;SWOT分析;核心竞争力;可持续发展

Taiyi Company;starting and developing strategy;SWOT;core competitiveness;sustaining development;

AB 在全球经济一体化以及加入WTO等这些大背景下,我国产业结构逐渐趋于合理,第三产业迅猛发展,企业之间竞争激烈。作为刚刚成立的泰益投资管理咨询有限公司在这些机遇与挑战并存的环境下,如何成功的创业、如何成功的打造和提升企业核心竞争力,并最终实现公司的战略目标,规划制定一个适合的、有效的创业和发展战略是当务之急。

本文是充分利用所学的MBA知识,运用系统研究的方法,依据企业战略规划框架的线条来进行泰益公司的创业及发展战略研究和规划的。首先对于泰益公司所处的外部环境进行了系统的宏观环境分析、五种竞争力分析、行业寿命分析,得出泰益公司的机遇和挑战。其次,通过核心竞争力分析、企业生命周期分析、增长率-市场占有率矩阵法分析、价值链分析等对泰益公司内部环境进行详细分析。最后汇总进行了泰益公司SWOT分析,引申得出泰益公司的创业及发展战略规划与设计。

在这些基础上,本文还结合泰益公司的实际情况,经分析研究,最终选择确立了泰益公司的创业战略及对策、发展战略及对策。同时也对于泰益公司如何实现长期战略目标的可持续发展战略规划进行了简单的分析和战略选择。提出了战略和战略措施的关系,简要分析了管理学中控制职能在企业发展战略实施中的重要性和其应用。

作为泰益公司的管理者,本文将定位为泰益公司创业和发展的指导性文件。对于公司的成功创业、健康发展、实现公司战略目标是十分重要和实用的。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李志敏

A3 赵国杰

PB 天津大学

T1 BAC咨询公司员工激励研究

CL 硕士

YR 2005

K1 咨询员工;激励;激励机制

Consultant;Motivation;Encouragement Mechanism

AB 咨询员工是咨询公司发展的关键因素,准确把握咨询员工的需求特点,并有针对性地给予有效激励,是咨询企业经营者和人力资源管理部门非常关心的问题。

本文在系统介绍传统激励理论及人力资源管理的新趋势的基础上,以BAC咨询公司为依托,采用问卷调查的方式对该咨询公司激励机制的运作状况及员工的需求特点进行实证调查,并对收集到的调查数据进行分析总结,获得了该公司运作状况及公司员工需求的一般性特点。在分析公司的日常运作特点的基础上,结合该公司的管理实际,提出了针对该咨询公司员工需求特点的几种激励机制改进措施。

本文共分五个章节,第一章在介绍咨询、咨询业及咨询人员特点的情况下,对新时期的人力资源管理新趋势进行了介绍和探讨;第二章在系统介绍传统激励理论的基础上,结合咨询员工的知识型特点,进一步介绍了新时期激励理论在激励知识型员工上的新发展,并就传统激励理论的局限性进行了初步的探讨。第三章首先简要介绍了公司的基本情况,并通过问卷,对公司的激励制度的运行状况进行调查,分析调查结果,得出公司激励制度运行的一些关键数据。简要探讨数据所反映出的公司激励制度运作的问题,并提出了相应的改进建议。第四章首先介绍了BAC咨询公司日常运作特点,分析这种运作特点对激励可能产生的影响,然后对公司员工需求问卷调查结果进行分析,结合第三章得出的建议,针对公司实际,提出了公司激励制度的改进措施。第五章对本文进行概括总结。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李晨松

A3 和金生

PB 天津大学

T1 基于知识中介的管理咨询公司知识经营研究

CL 博士

YR 2005

K1 管理咨询;知识中介;知识经营;知识发酵;网络能力

management consulting;knowledge broker;knowledge operation;knowledge fermenting;network ability

AB 关于管理咨询业的研究,我国仍然处于初级阶段;但管理咨询公司自出现以来,就对人类经济社会中的知识创新、知识传播、知识共享产生巨大的影响,对全球经济的增长起到不可估量的作用。

本文选取了知识中介为切入点,对管理咨询公司的知识经营活动与知识网络能力进行了研究,填补了知识中介研究的空白,基于知识中介提出了知识经营相关的系统理论,并弥补了管理咨询公司进行知识管理研究和实践的不足。本文的主要创新点包括:

1通过对中介产生的论述和知识经济特征的推演,系统提出了知识中介的概念,并从理论角度论述了其产生和演变的过程,最终在此基础上对知识中介的特点、功能以及本质进行了深入浅出的论述和解释,从理论角度丰富了中介研究的文献体系,填补了知识中介研究的理论空白。

2通过对知识经营的研究,本文从理论上提出了知识经营的概念,并创新性的提出知识中介类咨询公司进行知识经营时候的六步骤知识经营模型,并对接触-挖掘-学习-关联-再造-实施等六个步骤分别进行了概念的界定和过程研究,同时进行了深入细致的剖析和论述,对知识经营的微观机制进行了探讨,并为知识经营过程的深入研究提供了很好的研究思路和方法,同时也得到了具有实际应用价值的结论。

3在借鉴知识发酵理论的基础上,利用其解释力论述了知识经营的关键要素是学习能力和网络能力,并进一步对知识网络能力进行了量化探讨,尝试建立了知识中介存在条件下的知识网络效应模型,通过模型的建立论述了管理咨询公司所引起的网络内知识存量的增加、知识网络中的知识溢出范围和网络中行动者之间相互联系是一个非线性关系,解释了通过知识网络的建立可以提高咨询公司的知识经营效率和能力的原因;并提出了网络能力的概念和内涵。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 孙巍

A3 王世明

PB 天津财经学院

T1 咨询绩效评估研究

CL 硕士

YR 2005

K1 咨询绩效;客户满意度;投资回报;企业影响

Consultant Result Evaluation; The Degree of Client’s Satisfaction; The Rate of Return on Investment; The Influence of Company

AB 咨询业在世界发达国家早已成为一个重要行业,至今盛行不衰。而在我国,直到改革开放以后,咨询业才以服务业的姿态崭露头角。经过近 20 年的发展,我国的咨询业已经初显雏形,一些大中型企业开始逐步接受并主动寻求管理咨询服务。但是,由于企业的这一借用外脑、聘请顾问的行为也是一项投资活动,不仅要投入数目不菲的咨询费,还要投入各级管理人员大量的时间和精力,如果结果不甚理想,不但浪费了大量的资源和时间,甚至错误的建议所带来的毁灭性可能会使公司走向破产。所以,企业必须关注咨询活动的投资回报,关注对咨询活动的绩效评估。

针对此类问题,笔者在对国内外咨询绩效评估方法的研究后,在本文中论述了如何对咨询的介入建立一个 ROI(投资回报率)评估过程。这种方法是在借鉴其它相关学科对投资回报的评估,同时结合咨询过程的特点的基础上,通过对投入及产出的对比来评价项目的最终结果,简单且易于理解。它既能使咨询顾问从容的向客户展示其咨询价值,也满足了客户的评估需求,准确并有效地反映出各种信息,从而使得各方对咨询活动能进行有效评价,反映咨询项目的效果。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 卢向东

A3 崔慕岳

PB 郑州大学

T1 咨询公司在项目评估中的角色研究

CL 硕士

YR 2005

K1 咨询公司; 项目评估; 项目管理;信息咨询

consulting company;project evaluation;project management ;information consulting

AB 随着企业经营环境不确定性的增加,企业遇到了越来越多的经营问题。因此,企业对咨询存在大量的需求。企业借助外脑,委托咨询公司帮助解决问题,无疑是企业的明智选择,也是企业未来的发展方向。企业与咨询公司良好合作取得佳绩的案例屡见不鲜,然而,咨询方案未达到企业所期望的结果,企业大肆指责咨询公司,也常见诸报端。目前的问题是我们不需要探讨企业是否需要聘请咨询公司来帮助解决问题,也不需要探讨咨询公司的类型或背景或经验或知识如何与各类企业相匹配相融合,而是要探讨咨询公司如何更好地在项目评估中发挥作用。

随着我国项目管理体制改革的不断深化,项目评估在项目管理中的作用日益突显,而我国企业在项目管理过程中往往忽视了咨询公司在项目评估中的重要作用,这是企业实施项目管理成功率不高的原因之一。本文试图从咨询公司的视角来审视项目评估这一问题,并深入探讨咨询公司如何在项目评估中起到应有的作用。本文首先指出了我国企业信息咨询中存存的问题及其深层次原因,强调项目评估在项目管理中占有极为重要的地位以及咨询公司在项目评估中应遵循的原则。随后,本文对项目前评估——可行性研究结合案例进行了深入分析,针对可行性研究中存在的问题,咨询公司应采取相应的对策。与此同时,指出项目后评价中存在诸多问题并提出相应对策,认为咨询公司应关注后评价的程序、执行及后评价报告的撰写方面的工作。最后,本文指出,咨询公司要在项目评估活动中扮演好自己的角色,必须解决好以下三个问题:咨询公司的发展策略、咨询人才建设,项目评估中的知识产权问题。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 项英

A3 焦玉英

PB 武汉大学

T1 虚拟咨询组织管理研究

CL 硕士

YR 2005

K1 虚拟组织;咨询业;知识管理;项目管理;人力资源管理;知识产权保护

virtual organization;consulting industry;knowledge management;project management ; human resource management ; intellectual property protection

AB 本文介绍了虚拟咨询组织产生的背景,探讨了虚拟咨询组织目前面临的管理问题,在分析了虚拟咨询组织的构建过程的基础上,提出了虚拟咨询组织运行中的管理对策。文章共分为四章。

第一章是关于虚拟咨询组织产生的背景和在实际运作中面临的管理问题。本章共分两节。第一节分析虚拟咨询组织提出的背景和发展现状。首先介绍虚拟组织的相关知识,然后提出了当前我国咨询业面临的问题,将传统咨询组织与虚拟咨询组织进行了分析比较,阐述了咨询业采用虚拟组织的管理理念和运作方式实现组织创新,取得竞争优势的必要性。最后介绍了咨询组织虚拟化的主要运作方式。第二节提出了虚拟咨询组织在实际运行中应该解决的沟通、文化矛盾和信任关系脆弱等管理问题。

第二章是关于虚拟咨询组织构建过程中需要注意的问题。首先简要介绍了虚拟咨询组织的生命周期即运作流程,指出了虚拟咨询组织构建过程中应该把握的六个关键要素,即市场机遇、核心能力、合作伙伴、企业重构、敏捷性度量和组织运行模式。接下来,论述了虚拟咨询组织商业机会的识别和合作伙伴的选择、评价的方法和原则。最后两节分析了在构建虚拟咨询组织的模型的基础上如何进行组织结构的设计。

第三章针对虚拟咨询组织运作中存在的问题,从四个方面提出了相应的管理对策。第一节论述了虚拟咨询组织中实施知识管理的重要性,虚拟咨询组织知识管理的特点,提出了虚拟咨询组织知识管理的策略。第二节介绍了虚拟咨询组织项目管理的四个阶段,强调了虚拟咨询组织项目管理中应提起注意的几个要素。第三节是虚拟咨询组织的人力资源管理,分析了虚拟咨询组织人力资源管理的特点,阐述了虚拟咨询组织人力资源管理的对策。第四节分析了虚拟咨询组织中知识产权保护的主要问题,指出要从知识产权相关法律和网络环境下的知识产权保护技术两个方面来共同构筑虚拟咨询组织知识产权保护机制。

第四章介绍了几个有关虚拟咨询组织的成功案例。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 高红霞

A3 黄晓钟

PB 四川大学

T1 信息时代的传媒咨询业研究

CL 硕士

YR 2005

K1 信息时代;传媒咨询业;多元化经营;产业化

information age; media consultation; multi-industry;industrialization

AB 作为实现传媒产业化的重要途径之一,传媒的多元化经营一直以来都是学界和业界研究和争论的焦点。怎样的多元化才是对传媒产业化的顺利发展有利的多元化?多年的探索和实践表明:对传媒未来的长期发展而言,已有的一些笼统的多元化经营虽然可能在短期内收到一定效果,但是从总体上来说却显得缺乏思想和战略规划,目标不明。因此,传媒要开展多元化经营,应当在充分发掘、整合自身资源的基础上进行,即应当从自身拥有最多的信息资源入手。众所周知,无论是广播电视还是纸质媒体,每天都要处理大量信息。但是,由于种种原因,许多信息并不能“物尽其用”,对信息价值的挖掘不深,信息增值服务不到位的现象普遍存在,在一定程度上造成了信息资源的浪费。因此,传媒多元化经营的主体方向应该是充分挖掘和利用已有信息的价值,即大力发展信息产业。作为现代信息产业中的朝阳产业,咨询业具有很大的发展空间。传媒发展咨询业,对传媒多元化经营而言,将是十分必要的选择。

本论文从传媒多元化经营的宏观角度出发,以系统理论为指导,综合应用传播学、经济学、社会学和统计学等多门学科的理论和方法,在对咨询业发展历程、现状、条件、问题以及传媒发展咨询业的现状、问题、优劣势等方面进行分析的基础上,结合对已有的多个成功个案的具体分析、比较,从宏观层面构建出信息时代传媒咨询业发展的可能模式。在对传媒多元化经营的探讨中,第一次把咨询业作为一个传媒可能蓬勃发展的行业进行单独、完全、深入的研究分析,并与已有个案的情况及信息时代的特点相结合,使得文章具有较强的

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 孙旭

A3 王春利

PB 首都经济贸易大学

T1 中国咨询业发展战略研究

CL 硕士

YR 2005

K1 咨询业;产业化;发展战略;产业竞争力

consultation industry; industry system; development strategy; industry competitivoness

AB 中国咨询业经过了二三十年的发展,已经初具产业规模,形成了包括决策、金融、工程、技术、信息、法律、会计、外贸等领域多元化的咨询体系。但是作为21世纪的朝阳产业,我国的咨询业本身还存在很多问题,和国际先进水平相比还有很大的差距,特别是中国加入WTO以来,咨询业的市场需求急剧扩大,外国知名咨询企业也纷纷进驻中国市场,给咨询业带来巨大的发展机遇的同时,又带来了激烈的挑战。面对这种情况,中国咨询业如何做到市场化、企业化、专业化、国际化,已被提上议事日程。本文根据产业组织的SCP理论,采用实证分析与规范分析相结合的研究方法,对咨询业的市场结构和市场行为做了深入的分析,面对当前正在逐步发展,成熟的完全竞争的市场结构,特别针对咨询业市场行为中存在的主要问题提出了一些可行性的建议,并结合入世以来,咨询业面对的机遇和挑战,运用波特的产业竞争力的“钻石”模型,提出咨询产业的发展战略,以达到提升咨询业产业竞争力的目的,使其能够在国民经济发展中占有重要的地位,达到国际先进水平。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 元婷洁

A3 赵改书

PB 首都经济贸易大学

T1 我国管理咨询产业组织优化研究

CL 硕士

YR 2005

K1 管理咨询业;产业组织;市场结构;企业行为

Management Consulting Industry; Industry Organization; Market structure; Enterprise Behavior

AB 推动变革的动力总是源于不断升级的生存压力和竞争。在艰难的生存与竞争中,我国管理咨询业经历了襁褓中的二十年,开始走上正轨。但在高速发展的背后,也存在许多问题,许多咨询专家和学者从宏观和微观角度提出许多有建设性的观点和建议,但从中观的产业角度分析现阶段问题却被人们忽略了,本文就是在这个背景下产生的。

提高管理咨询产业竞争力,不仅需要单个管理咨询企业改善经营、提高效率,更需要产业组织整体的优化,而产业组织优化的核心体现为通过达到规模经济和竞争活力的平衡建立有效竞争机制。围绕这一点,本文从市场结构和企业行为两个方面入手,研究我国管理咨询产业应如何提高规模经济来调整市场结构、如何规范企业行为来达到有效竞争;最后通过中外咨询行业发展的比较,分析了我国管理咨询产业组织政策的调整和完善等问题。

根据上述研究视角和任务,本文从产业经济和我国管理咨询产业有效发展的角度,提出了我国管理咨询产业中的新命题:“管理咨询产业组织优化”,对我国管理咨询产业组织在产业增长中的作用进行了研究,也是产业组织理论在管理咨询业中运用的探讨,具有一定的创新意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 颜炳忠

A3 辛贤

PB 中国农业大学

T1 政府决策咨询的现状分析及发展思考

CL 硕士

YR 2005

K1 政府决策咨询;公共产品;建议

government decision consulting; public product; suggestion

AB 本文主要运用公共管理、公共政策利公共经济的一些理论来分析政府决策咨询产品的属性、

供求机制,从而明晰了为什么政府决策咨询产品的供给会有非营利性咨询机构的介入,从而有力

地证明了发展政府决策咨询的必要性和可行性,并在借鉴国外发达国家政府决策咨询发展经验的

基础上,对发展我国的政府决策咨询提出一些建议。

咨询作为一种社会活动,在我国具有悠久的历史,在西方也有数百年历史。在现代,社会化

大生产的纵深发展、经济全球化带来的竞争环境的复杂化、社会技术的进步及社会信息化发展等

因素,使得决策难度日益加大,由此促成了政府对于咨询需求的扩大。但是目前的政府决策咨询

的发展离我国社会主义市场经济发展要求也相差甚远。实践向理论工作者提出一个重要研究课题

--对政府决策咨询进行全面、深入和系统的研究。

文章首先从咨询活动的起源与发展入手,通过大量中外史实,深入剖析了咨询活动的历史发

展进程。由此,不仅明晰了咨询的概念,各阶段咨询的特点,而且揭示了咨询在现代社会的重要

作用与地位,论证了对咨询活动给予充分重视和深入探讨的必要性。在此基础上,本着理论联系

实际的原则展开了对政府决策咨询的现状分析和发展研究,首先从咨询产品本身的属性着手,分

析咨询产品的供求模式问题。随后,通过不同国家政府决策咨询的比较,找出中外政府决策咨询

发展的差距,揭示了中国政府决策咨询的不足之处。无论是从理论上进行分析,还是进行不同国

家政府决策咨询的现实比较,其目的都在于摸索出促进中国政府决策咨询发展的有效措施。最后,

提出了发展我国政府决策咨询的建议:完善我国的咨询市场竞争机制;加强行业管理,形成科学

的管理体制;加大政策扶持力度,创造优良的发展环境;推进政策研究组织的改革与发展。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 何宁

A3 武振业

PB 西南交通大学

T1 我国管理咨询公司的营销方案研究

CL 硕士

YR 2004

K1 管理咨询公司;市场营销;方案研究

management consulting firms; marketing; Methods

AB 管理咨询业在我国是一个蕴含巨大市场潜力的朝阳产业，然而处于成长期的我国管理咨询公司在咨询营销方面还处于学习和摸索阶段，面对国际大牌管理咨询公司竞争压力，亟需探索出可行和创新的营销方案来拓展自己的品牌。因此，在模型的基础上研究管理咨询公司营销方案，对咨询公司开拓市场、树立品牌，走出具有自己特色的咨询之路具有重要实践指导意义。

本文以我国管理咨询公司的营销方案为研究对象，从目前我国管理咨询公司的营销实践出发，结合了大量的国内外的案例和相关数据，以服务营销为理论基础，提出了我国管理咨询公司的个性营销方案，并运用数学模型来分析咨询公司的最优营销组合方案选择，同时从博弈理论的观点分析了我国管理咨询公司的营销模式。

本论文共分五部分。第一部分首先对论文的研究背景、现状和方法进行了说明。第二部分对咨询营销和传统营销进行了辨析，以为下述章节作好分析铺垫。第三部分在分析了我国管理咨询的市场环境和竞争环境下，以客户期望理论为依据研究了管理咨询服务的客户行为、期望和感知以及期望差距，在此基础上，对咨询市场进行了细分并分析了咨询公司的目标市场选择。然后从服务营销观点分析了目前我国管理咨询公司在咨询实施、广告宣传和客户关系上存在的问题。第五部分针对上述问题提出了管理咨询公司的营销组合方案选择、个性营销模式和竞合博弈营销模式。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王津津

A3 黄敏学

PB 武汉大学

T1 中国管理咨询业的发展问题与对策研究

CL 硕士

YR 2004

K1 管理咨询;咨询营销;咨询绩效评估

Management Consulting; Consulting Marketing;Consulting Performance Appraisal

AB 管理咨询作为加强和改善企业经营管理的重要手段,已被世界各国公认。20世纪70年代,美国全产业的70%,日本全产业的50%在咨询顾问的帮助下改善经营管理,取得了很大的成绩。我国的管理咨询从20世纪80年代初起步,虽有一定的发展,但与发达国家相比差距很大,远远不能满足我国社会主义市场经济的要求。

本文试图通过对国内外管理咨询行业进行分析,认清管理咨询的演变过程、发展趋势、内外部环境特点、咨询机构的运营特点等特征,尤其是我国咨询机构本身在市场营销策略、内部运作机制、发现并引导客户的需求并且进行价值传递等方面存在的不足;如何能更有效地在互动服务过程中解决企业潜在、目前面对包括未来可能出现的问题,以提高客户满意度为核心找出制约我国管理咨询行业发展的瓶颈。

咨询公司如果一味强调自身方案的科学性和理论性,忽视客户的个性和接受适应方案的能力,经常容易导致项目的失败;因此,为解决此问题,本文引入客户满意度为核心的营销思路,认为咨询公司必须从客户的实际需求出发,结合客户自身特点来设计方案,进而提升客户满意度,同时实现咨询公司的目的。

管理咨询服务作为一种无形的产品,那么为客户提供咨询服务后,如何能更定量的衡量为客户创造的价值即咨询服务的绩效,这是提高客户满意度,进而提供更多的后续服务,从而提高品牌美誉度的重要途径之一;本文结合国际的一些成功做法并针对客户的ROI即投资回报率做了一定的研究尝试,希望能够给我国管理咨询业带来一点启示。

最后,本文结合亲身参与的一个咨询案例,从客户对咨询项目的反映和满意度、客户方直接参与咨询项目的人所学习到的知识、咨询项目的应用和实施、商业影响、投资回报率等几个方面对企业客户对实施咨询的满意度进行了分析。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李祥龙

A3 李时彦;唐丽萍

PB 四川大学

T1 管理咨询程序及评价方法

CL 硕士

YR 2004

K1 咨询;咨询顾问;实施;管理咨询评价;项目管理

consult consultant ;implementation management; evaluate project management

AB 分析我国企业管理所面临的问题，指出管理咨询对我国企业的重要性。分析管理咨询行业及其从业人员，提出作为管理咨询顾问所需要具备的知识和素质。归纳和总结在做管理咨询过程中的体会、感悟、以及经验教训，提出管理咨询五步走程序，重点阐述了咨询方案实施对企业的重要性。对于管理咨询行业所提供的服务如何进行客观公正的评价，历来都是一个相当困难和敏感的问题。通过对管理咨询过程和管理咨询对企业的影响方面进行系统的分析，从第三方的角度对评价方法进行分析，建立管理咨询与价值系统分析疗法模型：咨询顾问、咨询程序、客户、项目管理和项目监理(CPCMS，Consultant-咨询顾问，Process-程序，Client-客户，Management-项目管理，Supervise-监理)在管理咨询价值分析评价方面建立包含“管理理念、管理流程、具体指标”三个维度的三维评价模型，可以帮助咨询公司提升咨询服务质量，也能帮助企业在寻求咨询服务时候进行决策。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 毛忞歆

A3 王海斌

PB 武汉理工大学

T1 关于我国心理咨询业的营销及其创新研究

CL 硕士

YR 2004

K1 心理咨询业;整合营销;服务营销;营销创新

the Psychology Counseling Industry;Integrated Marketing;Service Marketing;Marketing Innovation

AB 随着我国经济的快速发展，人们的物质生活水平不断提高，同时人们却感受到了更大的生活、工作和学习等方面的压力。如果这些压力得不到及时的释放，就很容易对个人、家庭甚至社会造成危害。心理咨询业是一个应运而生的服务业，心理咨询从业人员通过与心理咨询对象进行交流，为心理咨询对象排除心理上的一些障碍，帮助每一个有心理问题的人走出困惑，重新拥有健康的心态。在发达国家，心理咨询服务已经非常普及，人们习惯在感到苦闷、烦恼时去找心理咨询师；在我国，人们不仅在观念上还没有完全接受心理咨询，而且国内心理咨询业确实存在一些问题，这使得我国的心理咨询业发展缓慢，与我国心理咨询市场的需求很不相符。为了促进我国心理咨询业的快速发展，必须运用科学的理论来分析并解决目前心理咨询业所存在的问题。

心理咨询的目的是帮助人们保持健康的心理状态，心理咨询的过程也就是一个为顾客和社会创造价值的过程，而实现这个过程就必须了解、利用市场。随着市场环境的不断变化和发展，社会市场营销观念得到了越来越多企业的推崇，这种观念要求企业在进行市场营销活动的过程中平衡企业、顾客和社会三者的利益，创造更多的社会价值。由此看出，如果心理咨询从业者树立社会市场营销观念将有利于从战略的角度制定心理咨询业的营销组合策略。

心理咨询业营销的组合策略主要是体现在对心理咨询服务、心理咨询定价、心理咨询方式和心理咨询促销等四个方面的整合。对心理咨询业营销的创新就是运用服务营销理念对心理咨询业的4P组合策略进行补充，将整合营销战略、顾客满意战略、服务营销组合战略等用来指导心理咨询业的经营。木文从多角度发现心理咨询业发展所面临的困难，并从理论层次上提出解决目前问题的方法。本文的研究路线是：通过对我国心理咨询业的市场环境的分析，找出当前存在的问题，运用市场营销理论提出心理咨询业发展的营销途径，推动我国心理咨询业逐步走向成熟。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 倪子君

A3 郎立君

PB 清华大学

T1 中国心理咨询行业分析报告

CL 硕士

YR 2004

K1 心理咨询;行业分析;市场研究;发展前景

Psychological consulting;Industry analysis;Market analysis;Prospects

AB 心理咨询是现代社会中的一个重要职业领域,其职业行为的规范性及其发展水平,关系到人民群众的身心健康和切身利益。在我国社会变革和经济转轨的过程中,高速变化的社会和经济环境已经成为对大众心理素质最为现实的挑战。针对心理疾病的快速增加,心理咨询业随之呈现旺盛的需求。在我国公布的到2010年最紧缺的人才榜中,心理咨询师以排在第八的位置成为本世纪的热门职业之一。而目前,中国的心理咨询业发展严重滞后。行业缺乏统一管理机制,从业资格和执业标准缺少规范和监督,心理咨询师数量严重不足、素质和水平亟待提高,心理咨询业成为我国急待发展的行业之一。本文对我国心理咨询业这一新兴的行业的现状进行系统的思考、调查、研究、分析。

首先对心理咨询职业本身进行了总结,明确了心理咨询的概念,总结了心理咨询这一服务项目的流程和特征,指明心理咨询业的经营关键点。

其次,对心理咨询业进行了行业分析,总结了发达国家成熟的心理咨询市场的发展模式,以此为参考,分析研究了我国心理咨询业的现状、特点和问题,并总结了发达国家模式对我国心理咨询业发展的启示。

再次,进行了市场供需分析,对供方——现有心理咨询机构、心理咨询师现状予以描述,进行了竞争性分析;对需求方——现有需求者、潜在需求者进行了抽样和统计分析,得出需求增长率估计、需求者特征、潜在消费者特征、潜在需求转为有效需求的关键点、消费者偏好,从而对市场特征进行了较全面总结,对于心理咨询市场中的经营行为有较高价值的参考作用。

最后,对中国心理咨询行业前景进行预测,并从政府、心理咨询机构、消费者三方面提出建议,以期促进中国心理咨询业的发展。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 闫安

A3 卢小宾

PB 东北师范大学

T1 咨询企业知识仓库的模式构架与建设策略研究

CL 硕士

YR 2004

K1 咨询企业; 知识仓库; 模式; 应用

Consulting Corporation; Knowledge Warehouse; Mode; Explore

AB 论文在分析咨询企业特点的基础之上，讨论知识仓库对咨询企业发展的现实意义。在提出咨询企业知识仓库的构建基础之上，从宏观和微观两个方面构架咨询企业知识仓库的概念模型。

试图通过对咨询企业知识仓库的概念模型构建，寻找一种适合于咨询企业自身特点的知识共享、知识交流、知识传播和知识创新平台的设计思路。并在信息技术与人工智能技术的支持下真正建立起适合咨询企业自身特点的知识仓库。从而大大提高咨询企业的工作效率与工作质量，以便更好地满足社会各界对咨询服务的需要，进而推进整个社会与经济的发展。

最后，结合我国咨询企业发展现状，对中小型咨询企业和大型咨询企业建设应用知识仓库的策略加以分析。并对咨询企业知识仓库的发展前景进行展望。

在论文的具体写作过程中采用了以下几种具体方法：

①比较法 比较中外咨询企业发展情况，比较知识仓库与数据仓库及知识库的异同

②调查法 调查北京市、长春市稍具规模的咨询企业作为分析的依据

③图解法 在对咨询企业知识仓库的构架主要采取图解的方法

旨在体现学术价值的同时，更期待对咨询企业能有一定的实际参考价值。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 迟洪涛

A3 赵卫东

PB 电子科技大学

T1 基于BSC的咨询公司知识管理战略研究

CL 硕士

YR 2004

K1 平衡计分卡;咨询公司;知识管理战略

BSC, consultancy, KM strategy

AB 咨询公司是典型的知识型企业,在某种程度上咨询公司可以说是一家知识产品的加工厂,通过咨询顾问的工作来生产符合企业要求的知识产品。咨询公司成功的关键就在于如何创造、积累和使用知识来为客户提供卓越的知识产品和服务,而这需要有一个好知识管理战略来保证。平衡计分卡(BSC)则恰好是知识管理战略制定、执行、评估与控制的有效工具,它从财务、客户、内部经营、员工的学习与成长四个维度的指标对企业知识管理战略进行衡量。

对于咨询公司而言,客户是否满意取决于咨询顾问是否能根据其需求提供及时、优质的咨询服务,这就要求咨询公司的业务流程是顺畅的、高效的,同时要求具有高素质的咨询顾问整合各种知识及企业资源。而以上种种条件的满足恰恰与BSC的指标相吻合,因此,咨询公司在实施知识管理战略时应用BSC顺理成章。咨询公司应用BSC能够提高“员工素质”,实现“运营优异”,达到“客户忠诚”以及“产品\服务领先”,赢得财富增值。

BSC创始人卡普兰和诺顿提出的“通用的平衡计分卡战略地图”为咨询公司知识管理战略模型的构建提供了设计原型。在着手设计咨询公司知识管理战略计分卡和知识管理战略模型的过程中,将知识管理战略计分卡与咨询公司的业务流程及发展战略进行整合,并

<WP=5>

把落脚点放在找到所有的运营触点,将知识管理融入咨询公司的业务流程,以实现咨询公司的业务价值。

北京中西智盟企业管理顾问有限公司应用“基于BSC的咨询公司知识管理战略模型”取得了较好的效果,两年内成功实现成为国内培训五十强目标。但在实施过程中也有一些不足之处,这是其他公司应该引以为戒的。

咨询公司的知识管理应有正确的战略作为指导,也要有正确的战略管理工具和方法来付诸实施。“基于BSC的咨询公司知识管理战略模型”对本土咨询公司实施知识管理战略具有重要的借鉴和指导意义,可以提升本土咨询公司为客户提供卓越的知识产品和服务为主要内容的核心竞争力,并为国内其他行业的企业实施知识管理战略提供借鉴。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 韩剑

A3 尹效华;朱伟民

PB 郑州大学

T1 现代管理咨询企业的发展战略

CL 硕士

YR 2004

K1 现代管理咨询;企业;发展战略

The modern management consulting, Enterprises, Development strategy

AB 管理咨询是帮助企业和企业家，通过解决管理和经营问题，鉴别和抓住新机会，强化学习和实施变革以实现企业目标的一种独立的、专业性咨询服务。它作为加强和改善企业经营管理的重要手段，已被世界各国公认。20世纪70年代，美国全产业的70％，日本全产业的50％在咨询顾问的帮助下改善经营管理，取得了很大的成绩。80年代后期，欧美管理咨询业以每年20—30％的速度增长，到1995年全球管理咨询业的年收入超过500亿美元。其影响渗透到政治经济生活的许多领域。目前，世界500强的企业中有50％左右的公司拥有自己长期合作的国际著名咨询公司。我国的管理咨询业从20世纪80年代初起步，随着改革开放的不断深入，特别是加入WTO以后国外著名管理咨询公司的纷纷进入我国，带动了我国管理咨询业的迅速发展，但与发达国家相比差距很大，远远不能满足我国社会主义市场经济发展的要求。

本文试图通过对国内外管理咨询行业进行分析，了解管理咨询行业的发展过程、管理咨询企业的类型及管理咨询企业的运营特点，明确管理咨询行业的发展趋势、内外部环境及管理咨询企业的五力分析，分析了我国管理咨询行业存在的问题及对策，提出我国现代管理咨询企业发展的战略导向。用一个国际知名管理咨询公司——波士顿顾问公司，说明现代管理咨询公司的发展战略。

本文的创新点主要集中在第三章和第四章，具体表现在：

1．详细论述了管理咨询企业所面临的重要却常被忽视的两项工作，管理咨询企业的营销策略和管理咨询企业自身有效的管理。

2．系统地分析了现代管理咨询行业的发展趋势、外部环境、竞争的五力。通过对传统管理咨询和现代管理咨询的比较分析，指出了在当今经济全球化背景下，管理咨询也是当代知识经济的一个重要组成部分，也与其它行业一样，是非常市场化，专业化并讲求品牌效应。在此基础上，全面地提出了现代管理咨询企业的发展战略。认为现代管理咨询公司必须同时站在专业的角度和商业活动的角度来确定其目的和目标。

由于行业数据资料有限，加之资料搜集限制，本文仅采用定性分析，在论述过程中，采用现存资料研究、比较研究等方法。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 盛芳

A3 范并思

PB 华东师范大学

T1 中国管理咨询公司经营战略模式研究

CL 硕士

YR 2004

K1 管理咨询;经营战略;市场竞争战略;人力资源战略;企业文化战略;成长战略

Management Consulting,Management Strategy,Market Competitive Strategy,Human Resource Strategy,Enterprise Culture Strategy,Growth Strategy

AB 管理咨询业是紧随社会信息化和现代化步伐而兴起的现代产业，也是第三产业中发展势头最迅猛的产业之一，并已成为衡量一个国家经济发展水平和竞争优势的重要指标之一。而在我国，这个智力型产业仍处于发展初期，与美日等发达国家相比还有不小的差距，远远无法满足新时期国家经济的发展要求。因此，我们需要尽快找出中国管理咨询业发展的瓶颈，以使其走上良性发展的道路。

本文共包含四大部分：

第一章：管理咨询的理论研究，介绍了管理咨询的定义、目的、内容和特征，并且以一个管理咨询项目的角度，分析了管理咨询的切入时机、实施步骤以及项目实施后的评估标准。

第二章：管理咨询业的现状分析，首先总结了世界管理咨询业的发展情况，然后重点剖析中国管理咨询业的发展现状、存在问题以及相应的对策，并提出必须从企业自身找原因，不恰当的或者模糊不清的经营战略才是症结所在。

第三章：管理咨询公司经营战略模式分析，给出对管理咨询公司经营战略的理解，并着重研究国际国内四大管理咨询公司独特的经营战略模式——以战略咨询为核心的麦肯锡模式、IT产品与IT咨询相结合的IBM模式、全方位多层次的新华信模式，以及立足中国国内企业的北大纵横模式。

第四章：中国管理咨询公司经营战略模式的构建，结合中国咨询市场的现况，特别是中小管理咨询企业面临的困境，以拓璞产业研究所为原型，提出适合中国中小型管理咨询企业的“拓墣模式”，即创建拥有核心业务的市场竞争战略、“以人为本”的人力资源战略、讲求企业愿景、学习和团队合作的企业文化战略，以及包括资本战略、品牌战略、创新战略、联盟战略和并购战略在内的成长战略。

无论是国际知名的管理咨询公司，还是国内的中小型管理咨询公司，都需要制定符合自己发展的经营战略，这不仅关系到公司的进一步成长，更关系到公司的生死存亡。所以，笔者希望能借助本篇论文，对中国管理咨询公司的发展之路提出一点启示。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 汪聚涛

A3 孙泽学

PB 华中师范大学

T1 中国行政咨询系统研究

CL 硕士

YR 2003

K1 行政咨询系统;问题与对策

administrative consulting system;problem and resolution

AB

行政咨询系统是现代行政决策体制的重要组成部分。它有力地促进了行政决策的民主化、科学化。加强对行政咨询系统的研究具有十分重要的理论意义和现实意义。

本文从行政咨询系统的产生和发展入手，对其特征、地位、作用、组织形式及功能等理论问题进行细致的研究和深入的探讨，并重点对行政咨询系统的建设及中国行政咨询系统存在的问题提出了自己的看法。籍此也希望加强人们对行政咨询系统的了解，增强对其的重视，在不断改革、深化、完善的基础上，使我国的行政咨询系统健康发展，发挥重要作用。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 陈杰峰

A3 张立荣

PB 华中师范大学

T1 我国市场经济条件下社会中介组织的建设与发展研究

CL 硕士

YR 2003

K1 社会中介组织;政府;建设;发展

social intermediary organization;government;Establishment;development.

AB

“中介”这个词进入中国的社会生活领域，不到十年光阴。然而，中介行业在经济生活乃至社会生活中扮演的角色，已经越来越不容忽视。随着社会主义市场经济体制的完善和政府职能的转变，社会运行机制中出现了新的大片空间，为中介组织的更大发展提供了宽阔的舞台。与此同时，伴随着社会中介组织的兴起，对社会中介组织进行规范、管理和研究显得尤为必要。

本文运用政治学、管理学、行政学、社会学等学科的基本原理对社会中介组织进行了比较全面的分析和探讨。

本文除引言之外共分三个部分：

第一部分阐述了社会中介组织的基本概念和有关理论。在对历史上有关社会中介组织的界定进行比较分析的基础上，我们认为，社会中介组织是按照一定的政策法规，承担一定的社会性、公益性或服务性事务，以沟通政府与社会之间的关系，为社会提供广泛服务的社会自律性组织。它具有独立性、公益性、公正性、自律性等特点和社会服务、社会沟通、监督管理、市场调节等功能，发展社会中介组织对培育和发展市场体系、推进行政体制改革中政府职能转变以及加速社会化发展均具有重要意义。

第二部分分析了我国社会中介组织发展的历史进程和现在存在的有关问题。我国社会中介组织经过了转变——分散化阶段、萎缩——消失阶段、回归——制度化阶段后，现在在社会和经济的发展中出现了与政府间的关系未理顺、导致内部管理体制混乱，有关法规制度和自律机制不健全，发展不均衡，整体布局不合理以及社会中介人员整体素质有待提高等问题。

第三部分探讨了促进社会中介组织建设和发展的有关对策。我们认为，社会中介组织建设和发展的目标是，根据经济和社会发展总体规划，加快培育和发展一批符合经济和社会发展方向、布局合理、门类齐全、素质较高、规模较大的社会中介组织，使其成为经济建设和社会发展中最为活跃的组成要素，成

督羔氯

为联系政府与企业、政府与社会之间的桥梁和纽带。为此，政府要通过规划与

引导、提供信息与服务、规范与管理、监督与检查及运用适当的协调方法与手

段来发挥培育与发展社会中介组织的主体作用;同时需要通过法律制度如社会

中介组织管理法律法规、社会中介组织机构法律法规、社会中介组织行为规范

制度等明确社会中介组织的性质定位;另外，社会中介组织也要加强自身建设，

通过建立三大机制—竞争机制、责任机制与自律机制，调整和充实机构设置，

加强自身的制度建设，建立人才的培训吸纳机制，提高内部人员职业道德修养

整体水平等措施使社会中介组织走上良性发展的轨道。

概而言之，本文从选题、立论到对策研究中的有关制度设计等方面力求创

新。面对社会中介组织这一新生的事物，本文抓住了其强烈的时代性、发展性

和实践性，从社会协调、经济发展、政府管理等方面进行了追因溯源和分析论

证，同时以政府、法制、中介组织自身为三个主要切入点，对社会中介组织的

建设和发展展开了实质性的思考，如提出政府实施“硬性协调”和“软性协调”

相结合的手段，社会中介组织需要建立三大机制—竞争机制、责任机制与自

律机制等等，尽管这些观点不尽完善，但也许对目前还未成熟的社会中介组织

的发展有一些参考价值。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 罗龙保

A3 郑家祥

PB 电子科技大学

T1 外资管理咨询公司在中国的管理咨询业务分析

CL 硕士

YR 2003

K1 管理咨询;项目管理;知识管理

Management consulting;Project management;Knowledge management

AB 计划经济体制下,企业是政府部门的附属物,政府部门包揽企业的一切活动。随着社会主义市场经济体制的确立,政府部门不再直接管理企业,主要靠政策、法律、法规去监督、管理、服务企业。企业作为“四自”的法人独立存在,在发展过程中,会面临各种机遇与挑战,面临各种复杂的管理问题。从表面上看,只要投入足够的人力、财力、物力、时间,任何企业都可找到解决方案。然而要做到确保管理的完整性、准确性、及时性和适用性,靠单个企业家或员工的经验是不容易做到的,特别是在经济全球化快速发展的今天。企业各项管理工作已成为一个专门化的领域和技术。我们的企业正处在激烈的转轨变制当中,企业经营者从习惯于原先的计划经济,一下子要带领企业面向复杂多变的市场,往往会束手无策。我们有那么多国有企业亏损严重,效率低下,就是明证。在这种情况下,企业管理者就非常有必要求助于一种专门的公司——管理咨询公司。

中英合作国企重组项目是中英两国政府间的合作性项目,项目的执行方为普华永道咨询公司,此项目的宗旨是通过为企业、特别是为国有企业提供全面管理咨询服务,从而提高企业的管理水平和市场竞争能力。笔者曾在此项目中工作多年,对国外的管理咨询业务有一定的认识。从我在项目中的经历看来,国际管理咨询公司几十年积累的经验和做法对于中国同样是适用的,不过也需要根据中国的国情和文化作一些调整。本篇论文结合自己在咨询行业的多年实践经验,系统介绍了外资管理咨询公司在中国开展咨询业务时的项目管理流程、内容及对应的方法与工具,采用专题研究、企业诊断与案例编写有机结合的形式,对其在具体的企业管理咨询项目中的管理进行了详细地剖析,并借鉴了西方先进成熟的项目管理经验在企业管理咨询领域中的应用,力图为我国中小型管理咨询公司和那些有志于管理咨询领域的人士提供一些新的思路。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 段炼

A3 颜爱民

PB 中南大学

T1 我国管理咨询公司项目团队薪酬机制研究

CL 硕士

YR 2003

K1 管理咨询;项目团队;能力;团队绩效;团队角色

management consulting, project team, ability, team performance, team role

AB 文章对我国管理咨询行业的发展过程、现状以及面临的国际成熟的知名管理咨询公司的挑战进行了深入分析；对比传统组织分析了管理咨询公司的组织特征，即以团队为基础，运作虚拟化，说明了传统的以职位为基础的薪酬制度已经束缚了咨询顾问的能力发挥、影响了团队建设，对公司的竞争力造成了限制。根据竞争战略要点提出了以个人能力为基础工资辅以以团队整体为对象的分成激励的薪酬模式。在工作分析的基础上得出管理咨询团队的能力要素，结合咨询顾问访谈和文献研究构造了管理咨询团队的能力模型：在专业能力和管理能力两维度四区间能力模型的指导下构造了宽泛式工资结构，并确定了基本的参数。在信息经济学的研究基础上采用了分成制来激励团队工作，探讨了确定分成比例的影响因素，包括考核要素的清晰度、公司与团队实力的比较和公司的财务状况，并分析了确定分成比例的原则；研究了对管理咨询团队工作的成绩进行评估的五个层次和程序。探讨了基于动态的团队角色分配机制的团队内部奖金分配的方法。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 杨勤

A3 贾志永

PB 西南交通大学

T1 管理咨询业发展对策研究

CL 硕士

YR 2003

K1 管理咨询;全息思维;智能化;效果评价;平台;发展对策

management consultation,all information thought,intelligentize,effect evaluation,flat,development strategy

AB

管理咨询随着市场经济的发展应运而生，作为一个新兴的行业尽管存在无限商机和发展机遇，但还存在许许多多的问题，如何解决这些问题，尽快的实现规范化、产业化是目前行业的当务之急。

本文从管理咨询业的角度出发，首先分析了管理咨询企业的现状，结合国外管理企业的发展趋势，找出了目前我国管理咨询业存在的问题，充分阐述了以全息思维、智能化咨询为代表的加强管理咨询业核心竞争力和先搭建树立品牌，创建企业文化的平台的论点，然后建立了一套管理咨询效果评价体系，并在江苏管理咨询业得到了证实。最后提出了我国管理咨询业发展对策，对促进管理咨询业向规范化、产业化方向发展具有一定的现实意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 杨廷钫

A3 杨从杰

PB 暨南大学

T1 管理咨询顾问能力建设

CL 硕士

YR 2003

K1 管理咨询;管理咨询顾问;能力建设;能力(胜任力特征)结构

Management Consulting,Management Consultant,Competence Construction,Competence Constitution

AB

管理咨询顾问属于知识员工的范畴，这种职业对于从业人员能力水平以及能力的完备性要求很高，咨询效果与咨询顾问个体能力存在着高度依赖性，因此对于咨询顾问进行有效的能力开发与建设对于咨询公司而言是非常必要的。到目前为止，针对咨询顾问能力建设的研究成果主要集中在对于咨询顾问的胜任力特征结构方面，在研究方法也存在着一定的缺陷。换言之人们目前主要研究的是“管理咨询顾问应该具有什么能力”，而有关如何对于个体的咨询顾问进行能力开发与建设方面的成果则还比较少。

本论文将在前人研究成果的基础上，首先重点讨论管理咨询不同阶段的工作内容以及管理咨询业务的新发展两个方面向咨询顾问提出的能力需求，由此采用工作导向法和基于战略的方法分析咨询顾问的能力(胜任力特征)结构。在此基础上我们将提出一个管理咨询顾问的能力(胜任力特征)模型，并且通过问卷调查对于该能力(胜任力)特征模型进行论证和评价，并从中找出咨询顾问的关键能力要素和相对不太重要的能力要素，并讨论如何来开发咨询顾问的这些关键能力项目。此外我们还将从基于能力(胜任力特征)工作分析、基于能力(胜任力特征)绩效管理、培训与开发、知识管理、建立能力提升和知识共享的激励机制以及个人学习六个方面研究管理咨询顾问能力的组织开发策略以及自开发策略。总的来说，本文重点在于解决以下两个方面的问题：第一、管理咨询顾问的能力(胜任力)的构成；第二、如何从组织和个人两个层面对于咨询顾问的能力进行有效地开发与建设。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 朱喜群

A3 赵康

PB 苏州大学

T1 改革开放以来我国管理咨询业发展的新制度经济学解释

CL 硕士

YR 2003

K1 中国;管理咨询;制度安排;需求;供给

China;Management consulting industry;Institutional arrangement;Demand;Supply

AB

本文是赵康博士主持的国家自然科学基金项目(79970112)“管理咨询在中国：现状、专业水准、存在问题和发展战略”的子课题之一，试图从新制度经济学的角度、以制度安排的需求和供给为分析框架考察改革开放以来我国管理咨询业的发展。文章首先构建了制度安排的需求和供给分析框架，然后界定了管理咨询的涵义，明确了其业务范围，简要回顾了改革开放以来我国管理咨询业的发展历程。在此基础上，笔者以制度安排的需求和供给为分析框架阐释了其发展。分析有效地验证了“制度变化的需求能否得到满足取决于政治秩序提供新制度安排的意愿和能力”这一理论。从中发现，政治秩序提供制度安排意愿的强弱和能力的大小对制度安排的利用度有着重要的影响；规范管理咨询业制度安排的供给情况及其实施力度在很大程度上决定了该行业的规范性程度。为此，笔者总结出规范和促进该行业发展的制度安排供给不足，进而剖析了其对该行业造成的影响。据此，提出相应的制度安排供给建议供政府规范管理咨询、进而整合该行业作决策参考。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 马爱学

A3 范黎波

PB 对外经济贸易大学

T1 中瑞华恒信管理咨询发展策略

CL 硕士

YR 2002

K1 管理咨询;发展;策略

AB

管理咨询作为加强和改善企业经营管理的重要手段，已被世界各国公认。20世纪70年代，美国全产业的70%，日本全产业的50%在咨询顾问的帮助下改善了经营管理，取得了很大的成绩。我国的管理咨询从20世纪80年代初起步，虽有一定的发展，但与发达国家相比差距很大，远远不能满足我国社会主义市场经济的要求，可以预见不久的将来，咨询服务在我国将得到更大发展。

国际上规模较大的会计公司都开展了管理咨询业务，并且普遍发展成为企业的主营业务甚至超过了会计服务。正是基于上述认识，中瑞华恒信会计师事务所于2001年10月设立管理咨询部，为企业提供管理咨询服务，但是由于业务开展盲目，业务发展缓慢，与当前咨询业的快速发展很不相称。

本文试图：1、通过对国内、外（美国、德国、日本）管理咨询业发展情况的对比分析，透析目前我国咨询业存在的问题并预测管理咨询业未来发展的趋势；2、通过对咨询企业特征的分析，挖掘我国咨询企业的竞争优势；3、通过分析自身企业，阐明企业发展的优势与制约因素，并进一步提出适合自身发展的竞争策略和管理措施。希望以此推动中瑞华恒信管理咨询业务的发展和对具有类似情况的管理咨询机构带来一些启迪。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 李前兵

A3 李晓明

PB 安徽农业大学

T1 农民中介组织的发育研究

CL 硕士

YR 2002

K1 农民中介组织;制度变迁;制度效率;农民企业家;政府角色

Peasant intermediation institutional change peasant entrepreneur;the role of government

AB

八十年代初期，全国绝大多数农村地区都先后推行了家庭联产承包责任制。这种制度的变革，极大地调动了广大农民的生产积极性，推动了我国农业较快发展。但是，随着我国由计划经济向市场经济转轨，农民小规模家庭经营的弊端日益显露，分散的农产根本无法应对市场的挑战。为了整合农户的分散经营，实现千家万户的小生产与大市场之间的有效对接，农民中介组织便应运而生。

农民中介组织是指在市场经济的发展过程中，以互惠互利的方式整合农户的分散经营，保证农户能以平等的市场主体身份顺利地进入市场，以农工商一体化作为主要经营方式的法人组织。

影响农民中介组织发育的因素有两个方面：一是农民中介组织制度变迁的需求诱致因素；二是农民中介组织制度变迁的制度供给因素。前者包括农民高昂的市场信息成本、狭小的经营规模、弱小的谈判地位，农业技术的进步、城市化进程中农民的经济价值的提高。后者则包括政府所提供的制度环境、农民中介组织制度变迁的成本、传统文化等非正式制度、现有的组织资源、以及农民中介组织带头人所拥有的社会科学知识。

强制性变迁和诱致性变迁是农民中介组织发育的两条路径。强制性变迁是指在政府指导下的农民中介组织的发育。诱致性变迁则是在没有政府介入的条件下，企业或个人为了实现潜在的利益而自发推动农民中介组织制度变迁的一种方式。农民中介组织的发育过程包括：(1)制度非均衡的出现；(2)对潜在利益的认知；(3)初级行动团体的建立；(4)设计、选择制度变迁方案；(5)次级行动团体的帮助；(6)建立农民中介组织。

农民中介组织的组织制度主要包括产权制度和组织结构两个方面，它们是影响农民中介组织绩效的关键因素。从产权制度方面看，农民中介组织包括个人业主制、合伙制、农民合作社、股份合作制、有限责任公司及股份有限公司六种类型。其中，股份有限公司的制度效率最高，个人业主制的制度效率最低。从组织结构方面看，小规模的农民中介组织一般选择直线职能制，而规模较大的农民中介组织往往选择事业部制或矩阵结构。随着信息技术的发展，农民中介组织将向网络化、虚拟化、柔性化方向转变。

实践中，农民中介组织和农民之间有三种利益联接方式。一是公司企业

组织模式，农民以土地等生产要素入股建立农民中介组织或农民将土地出租

给农民中介组织。二是合作社模式。合作社的盈余按农民和合作社的交易额

返还。三是合同关系模式。为了确保农民中介组织和农民之间遵循“风险共

担、利益共享”的原则，必须有相应的组织保障和制度保障。

加强农民中介组织的人力资源建设是推动农民中介组织发育的重要途

径。一方面，农民企业家是农民中介组织制度变迁的主要推动者，应通过各

种方法来加快对农民企业家的培养。另一方面，通过对农民进行各种职业技

术培训，不仅提高了农民的素质，而且也有利于推动民中介组织的发育。

政府在农民中介组织发育过程中也扮演着重要的角色。它可以通过颁布

法律、法规和制定各种政策来提高或降低农民中介组织发育的门槛，也可以

通过体制改革推动传统国有涉农组织向农民中介组织转变。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 马延安

A3 支大林

PB 东北师范大学

T1 我国管理咨询企业运营模式研究

CL 硕士

YR 2002

K1 管理咨询企业;洋咨询;土咨询;运营模式

domestic management consulting enterprises;foreign consulting service;domestic consulting service;management model

AB

目前，管理咨询业已经成为发达国家经济体系中不可或缺的一部分，管理咨询公司的“外脑”作用也已日渐为国内企业界认识和接受。随着中国入世，企业对咨询的需求不断增大，中国管理咨询业的巨大发展空间将会逐渐展现出来。

但是，不容争辩的事实是，与国外同业相比，国内管理咨询业在产业化、市场容量、运营主体等方面存在着很大的差距，而主要原因之一在于中国管理咨询企业整体素质低、竞争力水平低下。面对潜在的巨大市场和客观存在的许多问题，中国管理咨询企业如何才能把握机会，迅速调整和发展，提升竞争力水平，将中国管理咨询业推向良性发展，与国外咨询公司相抗衡，占领应有的市场份额，是一个亟待研究的重要课题。

本文以中国管理咨询企业为研究对象，采用来自于管理咨询公司内部、调研资料及统计数据的第一手资料，以及相关文献和互联网上所包含的第二手资料，在案例分析、定性分析的基础上，努力增加数据分析、模型应用的内容，分析目前中国管理咨询企业运营过程中存在的种种问题，揭示深层次原因，并借鉴国外咨询公司多年积累的丰富从业经验，探讨构建适合中国管理咨询企业发展的运营模式。本文的新意在于系统地从微观的角度对管理咨询企业自身的经营管理进行分析考察，试图在组织形式、管理体系等方面有新的思考和发现，希望文中的一些观点可以对中国管理咨询企业的发展及中国管理咨询业迅速实现产业化有实际意义。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 冯红成

A3 张汉林

PB 对外经济贸易大学

T1 论中国加入世界贸易组织后咨询服务业的发展

CL 硕士

YR 2002

K1 咨询业 WTO 服务业 机会

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 戚丽

A3 杨伯华

PB 西南财经大学

T1 中国咨询市场的现状分析及发展思考

CL 硕士

YR 2002

K1 咨询;咨询市场;咨询产品;咨询供求;公共产品;政府;非营利性咨询机构

consultation,consulting market,consulting goods,public goods,government,non-profit consultative organization

AB 咨询作为一种社会活动，在我国具有悠久的历史，在西方也有数百年历史。在现代，社会化大生产的纵深发展、经济全球化带来的竞争环境的复杂化、社会技术的进步及社会信息化发展等因素，使得决策难度日益加大，由此促成了人们对于咨询需求的扩大。实际上，咨询已形成一个庞大的产业部门，出现了一批在国际上享有声誉的咨询机构。目前，全世界咨询业年营业额已达数千亿美元，营业额的年增长率超过10％。然而，在我国，咨询业的发展起步较晚，尽管咨询活动近几年发展迅速，已初步形成了具有一定规模的咨询服务市场，但与发达国家相比，我国咨询市场尚处于整合与调整的阶段，而且咨询市场的发展离我国社会主义市场经济发展要求也相差甚远。实践向理论工作者提出一个重要研究课题——对于中国咨询市场现状及发展策略的全面、深入和系统的研究。这正是笔者选择《中国咨询市场的现状分析及发展思考》这一课题的原因所在。

论文基本思路：本文的研究对象是中国咨询市场。文章首先从咨询活动的起源与发展入手，通过大量中外史实，深入剖析了咨询活动的历史发展进程。由此，不仅明晰了咨询的概念，各阶段咨询的特点，而且揭示了咨询在现代社会的重要作用与地位。这一部分阐述为全文的研究打下了基础：一方面是基本概念的明晰，一方面也有力论证了对咨询活动给予充分重视和深入探讨的必要性。在此基础上，后文本着理论联系实际的原则展开了对中国咨询市场的研究。在此部分，文章首先从咨询产品本身的属性着手，分析咨询产品的供求模式、咨询价格模式、咨询风险等问题。随后，通过不同国家咨询市场运作机制的比较，找出中外咨询市场发展的差距，揭示了中国咨询市场存在的不足之处。无论是从理论上进行分析，还是进行不同国家咨询市场的现实比较，其目的都在于摸索出促进中国咨询市场发展的有效措施，

<WP=3>

实现中国咨询市场的突破性发展。

论文结构：全文共分四章，借鉴国际经验，立足国内问题研究；不仅从理论上探讨了咨询市场的若干问题，而且从实践上比较了中外咨询市场的发展状况；在理论分析与实践对比的基础上，提出了笔者对于如何进一步发展中国咨询市场的一些建议。

文章基本结构如下：

论文第一章运用翔实史料分析了咨询的起源与发展。首先通过释词和词义探源工作，解释了咨询概念的历史演进；然后对咨询活动的两大发展阶段——传统咨询阶段与现代咨询阶段各阶段的特点进行了深入分析；由这种历史纵向比较，得出了现代咨询不同于传统咨询的一系列特点：社会性、独立性、科学性、系统性、信息性、市场性、国际性。

论文第二章着重从理论分析的角度对咨询市场的一系列问题进行了深入探讨。

其出发点是咨询产品本身的产品属性：文章论证了宏观咨询（即社会政策咨询）成果的公共产品属性，及微观咨询（包括科技咨询、工程咨询、管理咨询）成果的私人产品属性。由于社会政策涉及到社会中每一个人的利益，并为社会公众所共同享用，所以这种社会政策的“消费”具有非排他性、非竞争性的特点，故属于公共产品。而社会政策咨询在现代科学决策过程中，已日益成为社会政策决策必不可少的组成部分。也就是说，这种宏观咨询实际上是“生产”社会政策这种公共产品的一个阶段，故这类咨询成果本身也是公共产品。与宏观咨询相比较，微观咨询成果可实现“消费”的排他性、竞争性，故这类咨询的咨询成果属私人产品范畴。

在产品属性分析的基础上，文章展开了对咨询供求的研究。宏观咨询与微观咨询的咨询成果具有不同的产品属性，不同的产品属性决定了不同的产品供求模式。以公共产品形式存在的咨询产品的供求模式有两种：一种是由于市场失效而导致由政府提供咨询产品，文中又对政府直接生产和间接生产两种不同供给方式的效率作了比较，通过

<WP=4>

多方面的分析论证了政府间接生产的高效性；一种是非营利性咨询机构提供咨询产品，非营利性咨询机构的产生及介入咨询产品供给的原因是多方面的，文章从市场失效、政府失效、非营利性咨询机构自身的特点及非营利性机构提供公共产品的动机等方面进行了分析。文章还对政府活动与非营利性咨询机构在提供咨询产品方面的互补性作了说明。以私人产品形式存在的咨询产品的供求完全是通过咨询市场交易完成的。由于这种供求模式属于通常的市场运营范畴，文章中其他关于咨询市场问题的论述实际上已包括了此部分内容，故没有像分析以公共产品形式存在的咨询产品的供求模式那样，作详细介绍。

咨询产品的价格是咨询市场的灵魂，左右着咨询供、求的变化，因此文章对于咨询产品的价格问题作了细致分析。首先是影响咨询产品价格的主要因素：咨询成本、咨询课题的难度、咨询可能给客户带来的效益、咨询者的声望；然后文章对国际上八种主要咨询价格模式作了具体分析；并指出咨询价格模式的选择不能一概而论，需根据咨询内容确定，而且咨询价格绝对值的确定与不同地区的经济发展水平、社会咨询意识水平、咨询机构和咨询人员声誉等因素相关。

经济主体在市场经济活动中必然会遇到风险问题。文章介绍了咨询风险的类别；由于咨询本质上是决策的组成部分，使得咨询风险更?

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 魏力

A3 马春光

PB 对外经济贸易大学

T1 国内管理咨询公司竞争战略研究——给“企业医生”把脉

CL 硕士

YR 2002

K1 管理咨询;竞争;战略

AB

管理咨询业发展至今不过百年的时间，在中国更只有短短的二十年的光阴，然而其对各国经济发展却做出了不容忽视的巨大贡献。本文首先探讨了管理咨询的定义，简要回顾了管理咨询作为一个行业的发展历程及其分类，指出了管理咨询业所处的环境，然后根据波特六要素模型对管理咨询的行业结构进行了分析，接着本文讨论了管理咨询公司的价值链及其利润模式，最后利用SWOT矩阵对国内管理咨询公司的竞争力进行了评价，并提出了相应的竞争战略，希望能够给立志跻身世界一流的国内管理咨询公司和有志于加入管理咨询行业的人士带来一些启迪。

研究目的

本文通过对管理咨询行业的研究，希望为本国的管理咨询公司提出一条符合中国国情的、能够建立和维持其核心竞争力的竞争战略。

研究方法

出于本文的研究目的，加之所属行业的特殊性，本文将主要采取定性分析法，利用各种实用的经典理论模型对该行业进行研究。主要资料为二手资料，来源于专业著作、行业杂志、各管理咨询公司网页及相关网上资源，并对其进行了归纳总结及理性分析。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 张婷

A3 郭鹏

PB 西北工业大学

T1 创建西安高校西部咨询基地的战略构想和行动方案的研究

CL 硕士

YR 2002

K1 西安高校咨询;咨询基地;环境分析;资源与能力分析;模式研究

Xi'an's universities consultation;Consultation base;Environment analysis;Resource and capability analysis;Model researches

AB

随着现代社会信息化程度的提高，咨询业在社会经济发展中的地位越来越重要。它对于政府、企业及其它社会组织在发展战略选择、资源优化配置、市场驾驭等关键环节的科学决策，发挥着至关重要的导向和参谋作用。当前，我国正处于经济的转轨时期，社会的各个层次对咨询业的需求日益强烈，如何采取切实有效的措施大力推动我国咨询业的发展，是我们面临的一项重要、紧迫的任务。

西安市拥有丰富的高校资源，考虑到现代咨询业跨学科、跨行业的综合发展趋势，本文提出了创建西安高校西部咨询基地的战略构想，通过联合各高校的学科优势，走战略联盟、利润分享的产业化发展道路，以促进西安高校咨询业乃至整个咨询业的快速发展。

本文首先使用抽样调查法对西安高校咨询业的发展现状进行了调查，对西安高校咨询业的整体水平进行了评估；随后运用战略规划理论，对影响西安高校咨询业发展的外部环境因素、竞争对手、资源条件和能力进行分析，明确了西安高校咨询业面临的机遇与挑战，从整合高校资源优势、走规模化发展道路的目的出发，提出了创建西安高校西部咨询基地的战略构想；然后利用类比的方法对该咨询基地的创建模式进行了研究，研究的内容主要包括基地的组织结构模式、管理模式和业务经营模式；最后，提出了扶持西安高校咨询基地发展的相关政策。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 黄辉

A3 庄宇

PB 西北工业大学

T1 陕西省咨询业产业化支撑条件研究

CL 硕士

YR 2002

K1 咨询产业;产业成长;市场结构;支撑条件

Consultation industry,industry growth,market structure,support conditions

AB

本文通过比较我国与欧美日等发达国家的咨询业发展历程，从行业管理、公司运作、从业人员素质和咨询市场状况等方面进行了全面的考察及研究，在此基础上，探察列举了当前我国咨询业存在的主要问题。为从本质上解决这些问题，本文摒弃了以往那种就事论事的讨论方式，着手从咨询业的产业发展的内在机理探讨问题的本质。

在研究产业成长周期时，参照相关产业研究理论，把咨询产业成长周期划分为萌芽期或形成期、扩张期或高速成长期、成熟期及衰退期四个阶段。通过研究我国咨询业发展现状，本文把我国咨询业定位在扩张期。根据国内相关研究材料，结合市场的五大特征，本文认为当前我国咨询业市场从整体上讲基本属于“垄断竞争”市场，这样的定位对于当前咨询市场结构是基本准确的。为进一步探求陕西省咨询业的产业化支撑条件，本文还从产业成长的七个机制方面探讨研究了咨询业产业发展的内在规律。

最后，本文结合前文研究的咨询业产业周期阶段、当前市场结构和产业发展机理等结论，从政策支撑条件、行业支撑条件、主体支撑条件三个方面提出加快了陕西省咨询业产业化的支撑条件。特别的，本章在论述陕西省优先发展咨询业的理论依据时，借鉴传统产业经济学关于图家或地区主导产业的特征及选择基准的有关理论，提出了次主导产业理论。对于次主导产业的特征和选择基准，本文做了一定探讨，并应用在陕西省次主导产业的研究上。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘璞

A3 王云峰

PB 河北工业大学

T1 虚拟化咨询公司企业模型和组织结构设计研究

CL 硕士

YR 2002

K1 虚拟企业;咨询业;咨询公司;虚拟化咨询公司;企业模型;组织结构

virtual enterprise,consulting industry,consulting company,the virtual consulting company,business model,organizational structure

AB

虚拟企业作为指导21世纪制造业发展的主要战略指导思想，已经受到越来越多理论界和企业界的关注，而且已经有一些利用虚拟企业组织生产和研发的成功案例。作为有效利用外部资源、实现企业对市场变化快速反应的有效组织方式，虚拟企业不应该仅仅局限于在制造业的应用，而是应该被众多的行业所采用。本文着重研究了将虚拟企业的组织思想应用于咨询业的情况。

西方咨询业现在已经进入了迅速发展的繁荣时期，而我国咨询业虽然经历了20多年的发展，与西方咨询业的差距还是很大。咨询业作为21世纪的新兴产业，已经成为全人类广泛的社会活动和共同性产业。作为一种知识性产业，它不仅具有与一般生产企业的不同点，而且，还有独特的结构特征、业务特征和经济特征。因此，如何利用虚拟企业的思想组建虚拟化咨询公司，提高我国咨询企业的整体和个体竞争力，在激烈的竞争中求生存、求发展是本文的主要研究目的和意义。

本文通过研究咨询公司的虚拟化趋势，探讨了虚拟化咨询公司的优势和运作原则，根据虚拟企业的运作流程、实现特点提出了虚拟化咨询公司的运作流程，并依据其运作流程提出了虚拟化咨询公司的企业模型。在模型中指出，虚拟化咨询公司应该以核心企业为主，由核心企业通过寻找并重组市场机遇，根据市场机遇的需要寻找并选择合作伙伴，建立相应的虚拟项目小组，组成虚拟化咨询公司。同时在核心企业职能分析基础上设立了相应的职务，根据职务划分组建相应的部门，最后绘制了虚拟化咨询公司的组织结构系统图。论文中还指出了组建虚拟化咨询公司时应该注意的三个方面：信息技术的应用、相互信任机制的建立以及知识管理的建设。在论文最后，依据河北天石管理咨询有限公司的具体业务范围，遵照虚拟化咨询公司的组织思想设计了该公司的组织结构，并描绘了其具体的虚拟项目小组管理方法。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 陈文俊

A3 杨青

PB 武汉理工大学

T1 项目策划研究

CL 硕士

YR 2002

K1 策划;项目策划;创意;创意过程

incubation,project incubation,creativity,creativity process

AB

本文综合运用微观经济学、宏观经济学、产业经济学、技术创新经济学、

信息经济学、系统论等理论和方法，以知识经济条件下的中国企业项目管理

为实际背景，探讨了项目策划的新理论、新方法。重点研究了项目策划的基

本原理、原则、特征、方法，并确立了项目策划的流程。对不同类型的项目

策划进行了实证分析。重点研究了房地产项目、新产品项目的策划注意事项。

提出了一些新概念、原理和方法。全文总体上分四个部分展开研究：

1．策划对社会的影响及其国内、外的发展。在第一章指出策划是社会经

济活动的重要构成部分。由政治活动开始，策划就是社会活动的重要组成。

到现代社会，策划更成为经济活动的一个核心。由于策划的重要性，策划业

在世界各国都在不断发展，西方国家以美国为代表，它的策划业发展最早，

也最发达。中国的策划业起步较晚，理论也不完备。所以选择项目策划研究

有其积极意义。

2．项目策划的基本理论研究。在第二章提出项目策划的定义，并分析了

项目策划与一般策划的关系，提出了项目策划的一般特点。进一步提出项目

策划的一般原理、原则。第三章是全文的重点之一，着重研究了项目策划的

方法，从定性和定量两个方面来进行分析。总结出十几个切实有效的项目策

划方法。

3．项目策划的工作流程。在第四章总结出项目策划的一般工作流程。将

项目策划分解成七个步骤。并且对每一个步骤进行了详细的阐述。并着重研

究了第三个部分创意过程。创意是项目策划的闪光点。一般的创意过程可以

（？）（？）三个阶段。通过对项目策划七个工作工作流程的分祈，得出一个系统的结论。

4．不同类型的项目策划及实证分析。项目是企业运作的基本单位。但项

目并不相同。有些项目需要固定资产的投资，有些不需要。需要固定资产投

资的项目和不需要固定资产投资的项目，其策划方法不应当相同。在第五章，

将项目进行了简单划分，如房地产项目、旅游项目、文化项目等等。对每一

类型项目都提出了至少一个案例来进行实证分析。重点放在房地产项目和新

产品项目上，指出了不同类型项目策划的成败关键。并且对一部分项目策划

指出适用的项目策划原理及方法。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 郭琴

A3 夏源

PB 中国科学院文献情报中心

T1 我国管理咨询的营销策略研究

CL 硕士

YR 2001

K1 管理咨询业;市场营销;营销策略;咨询市场

management consulting industry, marketing strategy, marketing, consulting market

AB

管理咨询业是蕴含巨大潜力的朝阳产业。然而对于成长期的我国管理咨

询业，市场需求不旺盛愈来愈成为制约其发展的一个瓶颈。因此，从战术上

研究管理咨询公司的营销对策，对咨询公司开拓市场，从而实现持续快速发

展具有重大意义。

本文以我国管理咨询业的营销策略作为研究对象，在综合应用文献调

查、实地调查和专家访谈的方法基础上，创造性地设计出了管理咨询的营销

策略组合，同时建设性地提出未来管理咨询业的营销重点。

正文共分六大部分。首先从管理咨询营销涉及的有关概念入手，介绍了

管理咨询、营销和管理咨询营销的基本内涵；随后对国外管理咨询常见的营

销策略做了一概述以供借鉴。由于管理咨询市场培育是管理咨询营销的前

提，因此在切入正题之前，文章在第三部分论述了管理咨询市场培育的有关

问题。第四部分是本文的重点，文章从管理咨询产品营销和管理咨询公司营

销两大块来探讨。对于前者，总结出了包括七个要素的产品营销组合；对于

后者，其营销策略包括建设企业文化、树立企业形象和塑造企业品牌。第五

部分分析了未来管理咨询业的营销重点，文章最后是结论部分，总结了本文

的研究成果及存在的一些问题。

本文正文约4万字，图6幅，表2个，案例9个。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 刘静

A3 王淑珍

PB 河北农业大学

T1 资产评估规范化研究

CL 硕士

YR 2001

K1 资产评估规范;资产评估基本理论;法律;准则

Assets appraisal standards;Assets appraisal basic theories;

Law;Rule

AB

本文根据我国资产评估业发展历史较短、市场环境不完善、评估业务大量增加

的客观现实，针对资产评估理论研究滞后、资产评估规范体系尚未建立以及由此产

生的资产评估行为的严重不规范等影响资产评估行业健康发展的关键问题，对我国

资产评估规范理论与体系建设进行了有益的探索，旨在通过对我国资产评估规范化

的系统研究填补我国资产评估规范理论研究的空白，为构建和实施我国完善的资产

评估规范体系提供理论参考。

本文从资产评估规范的基本概念入手，确定了资产评估规范的本质和目标，建

立了目标导向机制；在深入分析资产评估规范与资产评估基本理论关系的基础上，

系统的研究了资产评估假设、目的、原则，提出资产评估规范的理论基础；运用比

较分析方法，借鉴国外先进的资产评估规范研究成果，结合我国资产评估实践，构

建我国资产评估规范体系框架，并从法律规范和准则规范两个层次深入探讨了我国

资产评估规范体系的性质、内容、结构、及建立和完善方法；运用实证研究方法，

从行业管理、评估机构、评估人员三个方面分析了资产评估规范的运行机制，提出

规范资产评估管理，资产评估市场和资产评估业务的具体措施。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 马慧景

A3 王淑珍

PB 河北农业大学

T1 资产评估教育体系研究

CL 硕士

YR 2001

K1 资产评估;教育;体系

Asset evaluation;Education;System

AB

在市场经济日益发达的当今社会，资产评估作为维护经济秩序、推动经济发展、

促进经济合作的一个重要的智力密集型中介行业，越来越受到社会各界的广泛关注

和重视。随着评估业的发展和国内外评估市场竞争的加剧，评估人员素质和业务水

平的高低越来越成为一个至关重要的因素，为保证评估业健康发展，就要求资产评

估教育快速发展，以适应社会需求。而目前，我国评估教育刚刚起步：高等教育几

乎是一片空白、准入制度还需改进、后续教育尚待完善。针对评估教育中存在的问

题，本文对资产评估教育体系进行了研究，旨在建立一个完善的教育体系，为提高

评估人员整体素质提供指导。

文章从经济学的角度，以市场均衡理论、比较优势学说和利润最大化原则及其

有关理论为基础，深入分析了加强资产评估人员教育的原因，指出了进行资产评估

教育研究的重要意义；在此基础上，按照资产评估人员的素质培养过程构建了资产

评估教育体系，即资产评估高等教育、资格考试与后续教育三个层次，并从这三个

方面进行了深入研究；在高等教育部分，针对我国尚未建立资产评估专业，其研究

也几乎是空白的状况，笔者依据课程体系的构建原理，结合评估业的特点提出了一

种资产评估课程体系，为我国资产评估高等教育课程建设提供了理论参考和现实指

导，也为高等教育其他方面的研究奠定了基础；在准入制度——资格考试部分，

本文对近两年全国评估师资格考试成绩进行了定量与定性分析，并在此基础上，针

对存在的问题，提出了以覆盖效率与覆盖偏差为依据对报名条件进行限定和拓宽考

试内容、实行双重考试制度的建议；在后续教育部分的研究中，针对后续教育实施

中存在的问题提出了一些建议，并引入了一种以高校为中心进行产业化后续教育的

构想，以期为后续教育走上正规化、规范化、制度化提供指导。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 马小琪

A3 张敏

PB 新疆农业大学

T1 资产评估结果的合理性研究

CL 硕士

YR 2001

K1 资产评估结果;合理性;研究

Asset Appraisal's result;Reasonable Character;Research

AB

资产评估做为一种提供中介鉴证服务的行业，是社会分工及交易费用节约的产物。其最基本的职能就是为资产的交易双方提供一种公平的价值尺度。有了这一尺度，微观上，买卖双方可以参照它顺利地进行资产业务。宏观上，资源向效益更高的企业或个人流动，资源得到优化配置。资产评估结果作为评估工作的归宿和体现，其合理与否，是评估工作的重心，维系着评估事业的生命力。

本文将资产评估结果的合理性做为研究的出发点和归宿，从资产评估最本质的涵义和它的作用出发，通过对影子价格、资产的市场价格、完美的评估值、实际评估值这几个概念及其前提条件的比较、分析和研究，引出评估值的模糊性及合理性概念。通过规范性的分析和总结，并与现实中的理论和实际情况相对比，提出理论新构架，并将模糊综合评判法作适当改进，结合AHP法说明其在实际业务中提高评估值合理性中的应用。针对现实中的不足之处，本文从三个层面提出了对策和建议，供有关部门参考。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王澄

A3 孟林明

PB 厦门大学

T1 组织诊断

CL 硕士

YR 2001

K1 组织诊断;组织结构;组织规范

AB 管理咨询作为一个行业，其存在的重要性已逐渐为我国的企业界所接受，国际上知名的咨询公司以及台湾、香港的一些不太知名的咨询公司都纷纷进入我国，共同分享管理咨询这一块蛋糕。当然，我国的管理咨询业还存在许多问题，境外的咨询公司由于中国的特色以及文化的差异，在取得一些成绩的同时也有不少失败的安例。国内的咨询从业人员，由于素质的原因，对管理理论的理解并不深刻，又缺乏实践经验，通常不是在推销其咨询业务，而是在做管理宣传。这些从业人员明知企业存在许多问题，但不知从何处诊断。本人认为，企业诊断的切入点就是组织诊断，它是管理咨询的基础。本文共分四章，主要内容如下：

第一章主要介绍国外管理咨询业的发展、我国咨询业的现状、组织诊断的内容、组织诊断的作用以及组织诊断的过程。本章的目的是为了说明组织诊断是管理咨询的基础以及介绍组织诊断的内容有哪些。

第二章包括两个方面的内容。第一个内容是企业治理结构诊断，本文认为研究企业治理结构的重点在于研究董事会应如何成为一个有效的、强有力的董事会，因此，企业治理结构诊断的内容主要包括企业治理结构的类型诊断、董事会职责的诊断、董事会人员的诊断。第二个内容是功能结构诊断，这是组织设计的重点和难点。对于功能结构的诊断主要包括组织结构形式的合理性诊断、职能部门设置的合理性诊断、各级人员的任务与职权的合理性诊断、管理幅度与管理层次的合理性诊断、团队的设置诊断以及事业部设置的合理性诊断。在功能结构诊断中，职能部门设置的合理性诊断是重点和难点，对其合理性诊断要从企业的业务和关键业务、部门的功能、决策、部门间的关系、部门间的冲突进行分析。

第三章组织规范的诊断包括内部控制、管理基础、人力资源管理和组织文化等四个方面的诊断。内部控制诊断主要从组织规划控制、授权批准、财务控制、内部审计等四个方面进行诊断，这部门分诊断既包括合理性诊断，也包括有效性诊断；管理基础主要从标准化工作、定额工作、规章制度等三个方面进行诊断，这部门分诊断主要是齐全性的诊断；人力资源管理主要是从组织规范的角度

企业诊断

进行诊断，因此，此部分主要包括岗位任职资格、工作说明书、绩效考评、工资

报酬、奖惩机制等方面的合理性诊断；组织文化则从文化的健康性和文化的适应

性两个方面进行诊断。

第四章包括二节，一节是诊断报告书的内容，第二节是诊断后的指导。在

第二节中，重点对最近国内各媒体刊载的实达集团和麦肯锡咨询公司合作失败的

报道进行分析，以说明诊断后指导的重要性。

本文的重点在于介绍组织诊断应包含哪些内容，希望对管理咨询人员能够

有所帮助。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 王长晖

A3 朱仁显

PB 厦门大学

T1 发展社会中介组织：契机、经验与对策

CL 硕士

YR 2001

K1 市场经济;政府改革;社会中介组织

AB 社会中介组织作为一种社会组织形式，在联系政府与社会、政府与企业的过程中，具有服务、沟通、监督、公证等作用。当前要发展社会主义市场经济，推进政府机构改革，优化国家与社会关系，必须加快培育发展社会中介组织。本文采用类比归纳、实证规范等社会科学研究方法，对当前我国社会中介组织发展所处的历史时期、面临的问题等作了认真详致的梳理，并提出了在特定时期和特定背景下发展我国社会中介组织的若干对策。全文包括四个部分内容：

一、介绍我国发展社会中介组织的背景与契机。该部分从对社会中介组织的一般认识入手，分析了社会中介组织的含义、特征、功能以及当前发展社会中介组织的意义，提出了在社会主义市场经济、政府改革以及市民社会发展的大背景下，发展社会中介组织的必要性和可行性。

二、介绍西方国家发展社会中介组织的理论与实践。该部分主要从理论和实证两方面入手，介绍西方国家社会中介组织介入公共服务领域的理论支持与成功经验。在理论方面，市场失灵、政府失败、合同失败以及治理理论的产生，为社会中介组织以公共服务提供者的面目出现提供了令人信服的根据；在实证方面，社会中介组织在西方的成功经验更说明了在政府改革中引入社会中介组织的必要性与现实可行性。

三、对我国社会中介组织的现状与问题的分析。通过比较分析，得出共识：我国社会中介组织无论在数量上，还是在质量上，都远远无法满足社会主义市场和政府改革对它们的要求。目前，我国社会中介组织的存在问题主要包括：角色定位不清、管理体制不顺；缺乏规划引导；管理制度落后；人员素质偏低等。

四、提出培育发展我国社会中介组织的机制与对策。首先必须完善市场与政府两大机制，为社会中介组织的发展创造良好的环境；其次必须从自身的存在问题入手，有针对性地完善社会中介组织的组织建设与人员培养；再次，必须建立、健全相应的法律法规体系，使社会中介组织存在与发展更具合法性与规范化；最后，借鉴西方成功经验，加强社会中介组织与政府间的合作，推动社会中介组织的发展与作用的发挥。

总之，培育发展社会中介组织是我国改革与发展的题中之义，只有建立健全完善的社会中介组织体系，才能有效推进社会主义改革事业的深入发展。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 郭哲肖

A3 沈玉志;田会

PB 辽宁工程技术大学

T1 中煤工程设计咨询集团发展战略研究

CL 硕士

YR 2001

K1 企业发展战略;内部环境;外部环境;战略目标

corparation strategy, external environment,

internal environment,strategy,objectives

AB 本文应用战略管理理论和方法，结合中煤工程设计咨询集

团的自身特点，对集团的发展战略进行了研究。本文首先对集

团面临外部环境如：宏观经济环境、煤炭工业环境、设计咨询

市场环境进行了论述和预测；对集团内部经营条件进行了分析。

从而明确了集团面临的威胁和机会、竞争的优势和不足，并以

此为基础建立了SWOT矩阵，提出了集团的战略发展目标和战

略调整方向，对观念创新、结构调整、技术创新等六种战略的

目标和途径分别进行了论述，同时还指出集团应将核心竞争能

力放在洁净煤技术开发上。最后，本文还对集团战略实施所需

要的内外部环境进行了阐述。

LA 中文;

DS CNKI

RT Dissertation/Thesis

SR 1

A1 祝端阳

A3 安玉华

PB 对外经济贸易大学

T1 我国咨询业的现状分析及发展对策

CL 硕士

YR 2000

K1 现状分析;发展对策

AB

随着经济全球化和贸易一体化进程的不断加快，以及中国加入WTO日期的临近，我国咨询信息业面临着严峻的考验和前所未有的机遇。

中国对外经济贸易咨询公司是国内建立最早、规模最大的国有咨询和信息专业公司之一，它的建立体现了我国政府主管部门对信息咨询工作的重视，但是，由于传统的管理体制的约束和落后的经营方式的限制，使原本大有希望的一个企业陷入了目前管理混乱、资不抵债的困境，严重阻碍了企业的良性发展。如何使公司在国企改革的大潮中尽快摆脱困境，走入正轨，增强市场竞争力是每一个企业中人关注的焦点，也是企业生存与发展的前提。同时，对其进行详细的剖析和经验总结，对我国咨询业的发展将有一定参考意义。

本文通过对中国对外经济贸易咨询公司的案例分析，探讨我国咨询业的现状及发展前景，寻求一条适合本公司特点的改革之路。本文共分四部分。第一部分论述了对知识经济与信息咨询业发展的关系。在现代经济社会中，知识已成为生产要素中一个最重要的组成部分，以此为标志的知识经济将成为21世纪的主导型经济形态，所以，信息咨询企业的产品定位应紧密结合知识经济的特点。

1 知识和信息是一种自身不断更新和膨胀的资源，并具有共享性。

2 知识和信息不同于一个地区，一种行业，它具有快速、灵活、及时和便捷地突破界线流向需求市场的特性。

3 决定一种商品和服务的价值尺度不再是传统的原料和制造成本，而是知识含量；销售限度不再是营销方面，而是信息来源。

4 知识和信息具有很强的时效性和对象性，同样的信息或知识在不同时间，对不同人们会有巨大的价值差别。

5 在知识经济中，人力资源是关键性的生产要素，人力资源的投入和管理对提高企业的市场竞争力举足轻重。

第二部分对我国咨询业的现状及发展趋势进行了论述。市场蛋糕大，咨询<WP=3>公司多，供需不匹配是中国咨询业的现状；咨询业是朝阳产业，将会蓬勃发展，网络化，集成化，专业化是中国咨询业的发展趋势。

第一、当今的世界是开放的世界，一个国家的发展离不开世界，离不开人类知识和经验的交流。

第二、加入WTO，将为我国咨询业的管理体制的改革增添新的动力和压力。

第三、加入WTO，外国咨询企业的大举进入对我国咨询业的发展将是一股强大的推动力，同时，对我国咨询业构成巨大的压力和挑战。①有利于促进我国咨询服务业更新观念和提高服务质量，探索出一条具有中国特色的、科学规范的产业发展道路；②国内咨询业将受到国外咨询企业挤占国内咨询市场份额的挑战；③企业文化的建立和咨询业的队伍建设将面临新的挑战。

为此，面对压力和挑战，我国咨询业应①树立市场竞争意识，加快咨询业的发展步伐。对咨询业发展问题要有市场竞争意识，不仅要从本国本土经济和社会发展需要的角度来考虑咨询业发展，而且要从国际服务贸易市场份额分配的角度来考虑咨询业发展；②优化发展环境、积极培育市场、开拓合作渠道是我国咨询业面临的紧迫任务。

第三部分在回顾中国对外经济贸易咨询公司走过的二十年历程的基础上，从公司管理体系之虚设、人力资源管理之弊病及我国现行的干部人事任免制度、战略目标定位失误等方面，对咨询公司的现状进行了深入分析。从而找出国有企业管理中存在的共性问题和咨询公司管理中存在的个性问题。

第四部分是结合中国对外经济咨询公司的实际情况，提出其今后发展的对策。中国对外经济咨询公司目前的现状、窘况，既有企业内部管理方面的原因，也有企业体制、机制方面的原因，所以，要解决咨询公司的问题，关键在于深化改革，建立现代企业制度。现代企业制度的建立，其核心是法人治理结构。并就此提出四点发展对策：①建立公司法人治理结构是解决咨询公司存在问题的有效途径之一；②改组、改造现有的业务体系，实行板块经营；③加强人力资源管理，重视人才培养；④改革分配制度，建立激励机制。

LA 中文;

DS CNKI