

最新的理论知识开拓了眼界 brm理论心得体会(优秀6篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

的理论知识开拓了眼界篇一

第一段：简介BRM理论

BRM是指业务关系管理(Business Relationship Management)的缩写，是一种将企业内部各部门与客户之间的关系进行整合和管理的理论和实践方法。它着重于建立良好的企业内部和外部合作关系，以提高整体运营效率和企业的市场竞争力。BRM理论认为，企业不仅仅是由技术和流程构成的，还包括了人与人之间的关系，而合适的关系管理办法有助于推动业务发展。

第二段：深入理解BRM理论

BRM理论涉及到多个方面的内容，这其中最关键的一点是建立信任和协作的关系。一个企业内部或企业与客户之间的关系是否良好，往往决定着业务的成败。BRM理论强调了有效沟通的重要性，它鼓励各部门之间及与客户之间建立相互了解和支持的关系，以促进信息共享和问题解决。此外，BRM理论还强调了在签订合同和达成商务协议时要充分考虑各方的权益和利益，以实现长期合作和持续的共赢。

第三段：BRM理论的实践方法

要将BRM理论付诸实践，需要采用一些具体的方法。首先，建立一个有效的团队，在团队中不同部门之间要有良好的沟通和合作。其次，要善于倾听和理解他人，尊重他们的观点和需求，并通过积极反馈和建议来建立互信。此外，BRM理论还强调了建立清晰的目标和指标，以便能够对业务的发展和关系的状况进行评估和调整。最后，要锻炼自己的领导力和管理能力，以便能够引导团队以达成共同的目标。

第四段 BRM理论的应用和价值

BRM理论在实际应用中已经取得了良好的成果，并得到了众多企业的认可。通过建立良好的业务关系，企业不仅能够实现与客户的持续合作和共赢，还能够提高工作效率和员工满意度。在企业内部，BRM理论有助于打破各部门之间的壁垒，促进信息共享和协作，从而提高团队的整体业绩。此外，BRM理论还有助于建立企业的品牌形象和声誉，增强企业的市场竞争力。

第五段：总结与展望

通过对BRM理论的学习与实践，我深刻体会到了良好关系管理的重要性和价值。在今后的工作中，我将坚持BRM理论的原则，努力建立高效的工作团队和良好的客户关系，实现商业目标的同时，也为公司的发展作出积极贡献。同时，我也希望更多的企业和个人能够了解和应用BRM理论，以提升整体的业务管理能力和竞争力。

的理论知识开拓了眼界篇二

权变理论(contingency theory)又称情境理论、权变理论是20世纪60年代以后关于领导有效性研究转入权变理论。权变理论认为，领导的有效性不是取决于领导者不变的品质和行为，而是取决于领导者、被领导者和情境条件三者的配合

关系，即领导有效性是领导者、被领导者和领导情境三个变量的函数。

权变理论的简介

权变理论被领导看作是一个动态的过程。由于特质理论不能准确地预测领导者的行为，甚至难以解释不同情境下领导者行为的多样性，而行为理论在解释某些领导行为时又显得过于简单，有时甚至难以自圆其说，如对同一种领导行为为什么在不同的群体中会产生不同的效果等问题不能给出圆满解释，因此研究者把注意力转移到了领导情境方面。影响领导有效性的大量情境因素逐渐被识别出来，于是研究者试图将这些情境比那两整合起来，形成了多种权变领导模型，比较有代表性的有：领导有效性权变模型、路径-目标领导理论、生命周期理论。

权变理论的领导模型

菲德勒的领导有效性权变模型

菲德勒(r)经过长期研究，提出了领导有效性的权变模型。他认为，任何形态的领导方式都可能有效，关键在于领导风格和具体组织情境的匹配程度。领导效果的好坏取决于三个维度上的条件：领导者与被领导者关系、任务结构以及职位权力。如果这三个维度上的条件都好的坏，情境对领导是有利的。具体说，就是如果领导者被追随者接受和尊敬(第一个维度)，任务高度结构化，即每件事情都可以描述和由程式化的运作方式(第二个维度)，且领导者的职位权力和权威非常正式化且稳固(第三个维度)，那么这个情境对领导者是有利的。但是，如果出现相反的情况(三个维度都低)，那么情境对于领导者而言就非常不利。菲德勒通过研究，证明情境有利和领导风格共同决定了领导有效性。总的看来，在非常有利和非常不利的情境下，任务导向或者顽固、独裁型的领导者是最有效的；当情境只是适合有利时，人性取向或民主型的

领导者是最有效的。情境变量与领导形态之间复杂关系如表1所示。

表1 菲德勒领导形态与情境变量之间的关系

为了确定一位领导者的领导风格和倾向，菲德勒开发了一种名为“最难共事者量表(least-preferred-coworker scale,lpc)”的工具，通过测定领导者的lpc分值，可以识别出领导者的激励层次。低lpc领导者主要受到任务的激励，意味着这些领导者主要从完成任务中获得满足感，但如果任务以可以接受的方式完成了，则低lpc领导者会移向第二个激励层次，即建立和保持与追随者的关系。高lpc领导者主要受到关系的激励，这些领导者主要从建立和保持密切的人际关系来获得满足。如果高lpc领导者已经与追随者建立了良好关系，则他们会移向第二个层次，即完成任务。菲德勒建立领导者lpc□领导风格与情境相互作用的领导有效性权变模型。

对于任务型领导者在非常情况下为什么为成功，菲德勒解释道：在非常有利的情境中，领导者拥有权力、非正式后援、相对结构化的任务和准备好接受领导的组织，且组织成员期望被告知应该做什么。此种情况下，不必与全体成员讨论，任务导向的领导者只需发号施令，组织就能按照既定方向发展。此时领导者明智选择是：宁愿做出一个错误决定，也比什么都不做号。勇于负起责任，并做出完成任务所必须的决定的领导者，常常是有效的领导者。

在相对有利情境中，领导者不被团体成员完全接受，任务也不是完全结构化的，并且领导者仅仅被授予部分权力和权威。菲德勒预测，此时采用人性取向、民主取向及关系取向是最有效的，这一结论已经被相关研究所证实。菲德勒的权变模型既吸收了以往理论关于领导风格或类型的观点，又引入了情境变量，试图在二者间建立起耦合关系，这更适合用于解释领导行为的多样性及其有效性。该模型操作较强，对领导

者选拔和任用具有切实指导意义，继而引发系列研究。

豪斯的路径-目标领导理论

继菲德勒的权变论之后，70年代初，一种新型的领导权变理论颇受重视，这就是加拿大多伦多大学教授豪斯()的路径-目标理论(path goal theories)[]该理论把伊万斯()的研究加以延伸，又把期望理论与俄亥俄大学的领导行为二因素理论结合起来。该理论的基本前提是：某些领导行为之所以有效，乃是因为在该情境之中，这种行为有助于下属人员达成和工作有关的目标。豪斯等人认为：领导是一种激励部下的过程。领导方式只有适用于不同的部下和环境时，才是有效的。该理论的核心是要求领导者用抓组织、关心生产的办法帮助职工扫清达到目标的通路，用体贴精神关心人，满足人的需要；帮助职工通向自己预定的目标。因此，豪斯提出了四种领导方式：指导型领导、支持型领导、参与型领导、成就取向型领导。

指向型领导：下属准确地知道领导者期望他们做什么，而且在做的过程中领导者还会给予具体指导，不需要下属参与做什么和怎么做决策。

支持型领导：领导者是友好的并且是可亲近的，仅对下属的行为表现出诚恳关注。

参与型领导：领导者寻求并且采纳下属们的建议，但仍然由领导者做出决策。

成就取向型领导：领导者为下属设定有挑战的目标，并给予充分的鼓励，让他们自己设法达到这些目标。

菲德勒认为，领导者的风格或类型一旦形成之后就很难该百年，因此只能根据不同的组织情境选用不同类型的领导者，而豪斯的路径-目标领导理论认为，上述各种不同的领导方式

并非固着于单一领导者身上，而是可供同一个领导者在不同情境中选用的行为模式。豪斯关心的是在何种条件下上述何种领导方式可以为下属铺平通向目标的道路。在这个问题上，豪斯加入了追随者个人特征，即追随者的个人特征和组织环境特征共同决定了下属对各种领导方式的知觉，而正是下属对领导行为的知觉影响了他们的满意度、角色和目标清晰度及随后的绩效表现。

卡门的生命周期理论

该理论由俄亥俄州大学的卡门教授提出。他的主要观点是：领导者的行为要与被领导者的成熟度相适应，即随着被领导者的成熟度逐渐提高，领导者的领导方式也应做相应的改变。所谓被领导者的成熟度是指心理的成熟度，包括成就感、有工作经验和受过良好的教育等。年龄是成熟度的一个因素，但并非最重要因素。员工的成熟度有一个发展的过程，即由不成熟、初步成熟、比较成熟发展到成熟。因此，领导者的领导方式也要随之发生改变。卡门区分了授权式、参与式、说服式和命令式四种主要领导方式。

生命周期理论认为，“高工作，高关系”的领导者不一定总是有效的，同样，“低工作、低关系”的领导者也不一定总是无效的，关键是要看所采取的领导方式是否与被领导者的成熟度相匹配。

的理论知识开拓了眼界篇三

作为一个学生，在大学学习过程中，我们接触到的知识和理论是丰富多彩的。然而，在整个学习过程中，我接触到的最重要的一项理论就是“的理论”。这个理论解释了“的”字的用法，包括定语、状语、补语等等方面。经过学习，我有了一些体会和理解，以下就是我对“的理论”的个人心得体会。

第一段：什么是“的理论”

“的”是一个在中文里非常常见的字词，但它的用法却有很多种。在大学语文课上，我们学习到了“的理论”，这是有关“的”字用法的一种理论，主要从定语、状语、补语方面来讲解“的”的用法。在具体应用中，人们可以通过“的”字连贯不同的句子成为一个完整的语言表达。

第二段：为什么要学习“的理论”

学习“的理论”，不仅有助于我们更清晰地理解汉语语法，更能提高写作能力，使我们的写作质量更好。在汉语表达中，“的”不仅仅用于修饰名词，也可以扮演着连接词的角色。掌握“的”的用法，在写作中可以借助“的”字增加语言表达的连贯性和精准性，使得文章的表达更加流畅。

第三段：如何应用“的理论”

显然，“的”的用法非常多，尤其是在修饰性的语言表达中，更是常见之一。因此，我们的学习重点应该从定语的修饰角度入手。首先，要确定需要修饰的名词，然后根据名词的性质来选择合适的定语，最后加上“的”字完成定语的修饰。此外，我们还需要重点学习状语与补语的应用，从而全面掌握“的理论”的用法。

第四段：学习“的理论”的重要性

在学习语言的过程中，学习“的理论”可以了解中文语法系统的内部结构，有助于我们学习和掌握汉语的表达能力。熟练的掌握这个理论，会对我们的阅读和写作能力有很大的帮助。同时，学习“的理论”也可以纠正我们在日常语言表达中的一些错用和误解，并提高我们的汉语表达能力和语言修养。

第五段：结语

总之，“的理论”是中文语言中一个非常重要的理论，它为我们提供了在表达中一个简单而有力的工具。通过学习这个理论，我们可以更加熟练地掌握汉语语法，从而提高我们的表达能力。虽然这个理论听起来简单，但它涉及到的方面是非常广泛的，我们需要不断地学习和应用才能真正掌握这个理论，使得我们的汉语表达更为精准和流畅。

的理论知识开拓了眼界篇四

一、权变理论的内涵特点

在现实环境中权变关系是复杂的、不明显的，由此决定了权变管理的复杂性。高校运用权变管理不能生搬硬套，要根据具体情况具体分析，结合不同的情况特点进行创造性的权变管理。权变管理理论认为管理是动态的，是多种因素共同作用的结果。不同的因素之间存在着差异与联系，因此要采用多维分析的方法，实现合作高效的集体管理。现实环境是复杂多变的，高校管理正处在这样的环境之中，一方面，高校管理受到环境的制约；另一方面，高校管理活动也在影响着环境的变化。

二、权变理论在高校管理中的应用

1. 权变理论在高校学科管理中的应用

高校的学科建设处在不断变化的内外环境中，是一个内外开放的系统，高校作为一个整体系统，高校学科建设是其中至关重要的一个子系统。高校的学科建设受到多种因素的共同影响，管理者应充分利用权变理论的思想，时刻关注组织和环境的变化，通过改变管理手段、调整政策，决定高校管理活动的持续或终止。高校学科建设具有特殊性，需要关注环境的全局变化，注重培育学科，研究教师的发展特点，帮助

教师发挥主观能动性。权变理论在学科建设管理中的运用要求高校集中优势资源，发展重点学科，实现资源的最优化。

2. 权变理论在高校教学质量中的运用

权变理论在高校教学质量中的运用有以下两方面：一是专业课程设计。权变理论强调因地制宜，在高校的专业课程管理过程中，可以制定弹性的培养方案，推行更加自由的选课制度，推行分类教学，实行因材施教。二是教学奖惩制度的设计。传统的教学质量管理模式是刚性模式，强调自上而下的管理，忽视了横向的沟通和协调。通过设置以权变理论为基础的教学奖惩制度，激励教师充分发挥主观能动性，教师可以根据自身条件选择在未来的工作中是侧重科学研究或者教学研究。

3. 权变理论在高校班级管理中的应用

班级管理是高校管理中具有特殊性的层次机构，具有一定的统一性和标准性，是高校管理的基本层次之一。众多的班级管理活动实践表明，随着多元化思维的不断深入，班级管理是具有差异性和多样性的活动，不能采用完全统一的管理标准和管理手段，要结合学生群体的特殊性，运用权变管理实现高校的班级活动管理。具体来讲，权变理论在班级管理中的应用打破了统一的管理标准，强调在管理过程中要尊重学生的个性差异，从学生的特点出发，建立灵活高效的管理体系。高校班级管理实践中运用权变理论主要体现在以下三个方面：一是学生沟通中运用权变理论；二是不同特点学生的权变运用；三是同一学生不同时期的权变运用。通过灵活运用权变理论，促进班级管理的长效性与多元化发展，建立和完善班级管理体系。

三、结语

高校管理不仅是一门科学，更是一门艺术，实现了科学性和

艺术性的结合与统一。权变理论在高校管理中具有可行性和必要性，管理者要用发展的眼光看待学校的管理方法，工作目标与组织结构，动态调整高校管理工作。高校管理与权变理论的结合要充分发挥权变理论的作用，系统全面的分析内外部环境特点，利用实证性和多维性的分析方法，了解影响高校管理工作的多方面因素，实现高校管理改革的创新与发展。

才

的理论知识开拓了眼界篇五

社会经济的快速发展和市场竞争的加剧，企业越来越意识到客户管理的重要性。客户关系管理[Customer Relationship Management][CRM]理论由此应运而生。在实际操作过程中，我深切感受到CRM对企业发展的巨大推动作用，以下是我对CRM理论心得体会的五段式分析。

一、识别客户需求

企业的生存和发展都离不开客户的支持和信任。因此，企业需要了解客户的需求和要求以便能够满足他们的需求、提高客户满意度。在CRM理论中，我们学习到如何通过市场调研、分析，了解客户的需求和要求，从而提供更加贴近客户需要的产品和服务，加强客户满意度。

二、建立客户档案

客户档案是CRM系统中非常重要的一环。它记录了客户的个人信息、交易记录、购买习惯等信息，企业可以通过分析这些资料，推出更好的客户服务和产品销售方案。同时，建立客户档案还可以帮助企业针对不同的客户进行精细化、差异化营销。

三、提高客户忠诚度

客户忠诚度是衡量企业成功的重要标志之一。通过CRM理论，我们可以通过建立客户关怀机制、设立会员制度等措施来提高客户忠诚度。企业可以通过研究并分析客户的购买习惯，推出购买领取优惠券、折扣等策略，吸引客户进行更多的交易，提高客户粘性。

四、整合管理客户信息

CRM系统可以帮助企业整合管理客户信息。通过CRM系统，企业可以一站式管理客户信息，减少企业内部信息流转和沟通成本，提高企业内部协作和效率。此外，在CRM系统中进行数据分析之后，企业可以追踪客户的反馈并进行及时的处理，从而达到客户满意度的最大化。

五、推动企业创新发展

CRM理论不仅可以提高企业的客户服务质量，也可以为企业推动创新发展。首先，企业应该将进一步满足客户需求、提高客户体验放在首要地位，不断优化客户服务模式和方案。其次，通过CRM理论，企业可以深入了解客户需求和市场趋势，发掘潜在销售机会，占领市场先机，提高企业竞争优势。

总之，CRM理论的学习和实践对于企业的发展至关重要。当企业能够做到精细化、个性化、差异化的客户服务时，客户忠诚度和满意度将不断提高，同时也为企业创新发展带来新的机遇和挑战。

的理论知识开拓了眼界篇六

二十世纪七十年代开始，一直处在主导地位的公共行政，因外部环境越来越严峻，其呆板的体制已经不能适应新的信息型和知识型社会。新公共管理理论就是在这一背景下诞生的，

并很快扩展到了西方各国中。公共管理不再是单单重视经济和效率，转而重视服务的效果和质量。然而新公共管理理论在实施过程中，仍然是困难重重。

【关键词】

新公共管理理论;困境分析

二十世纪七十年代开始，一直处在主导地位的公共行政，因外部环境越来越严峻，其呆板的体制已经不能适应新的信息型和知识型社会。新公共管理理论就是在这一背景下诞生的，并很快扩展到了西方各国中。新公共管理不是对已有的公共行政框架的变动，也不是对现行的行政管理体制进行单一的调整和单单为了减少管理的成本和开支，而是对传统的公共管理体制的一次全面的否定和变革。这一次改革打破了上级对下级的单向指控，建立交流互动的模式和平台，渐渐走向了“后官僚组织”的道路。“官僚制”已成为了过去，公共管理不再是单单重视经济和效率，转而重视服务的效果和质量。然而新公共管理理论在实施过程中，仍然是困难重重。

1新公共管理理论的价值取向困境

新公共管理理论是先进的，但也存在着问题，尤其是在其价值取向方面上，有下面几点不足：

1.1公共性原则受管理主义的制约

公共性是公共部门之根本，其本质是要求在行政管理中，以公民的切身利益、公民的权力为核心，其价值就是为了维护公民的尊严和社会的公正，是以提高公民整体生活水平为目标的。但就管理主义而言，强调的是经济的最大化与效率的最优化，这一工具理性也就造成了政府或企业在公共管理中，其优先考虑的是绩效，偏离公共管理的核心，变化为执行和管理的工具。以经济、效率作为导向，所造成的是以达成目

标为目的，忽略其目标的核心意义，就是说，行政管理与社会价值背道而驰，丧失了公共行政管理的意义所在。针对新公共管理在效率追求上的片面性，英格拉姆指出，“对许多公共组织来说，效率不是追求的唯一目的，还存在其它目标”。实现民主社会价值应是现代政府行政管理的立足点。

1.2 公共利益过于表面化

新公共管理理论倡导是市场化的管理，将公民当作顾客，以顾客的利益为导向，以满足顾客为宗旨。简单来说，就是用顾客与企业的关系取代公民与政府的关系。将公共财物交由市场分配，减少政府的职能。这种以市场做为核心的价值观是不符合逻辑的，过分的选择相信市场，而忽略了市场缺陷。新公共管理理论要求政府进行让步，将其职能交由市场更是不符合现在政务日益增长的走向。再者，从运用到实际上看，将公共部门职责私有化未必更有效率。私有化更有可能造成公共财产的混乱，进而造成管理的复杂。将公共职责市场化有其优点，但不可忽略的是带来的一系列问题和矛盾。

1.3 “顾客”与“公民”的矛盾

政府的权力是公民赋予的，最高权力的掌控者是公民，这是政府与公民两者间的关系。而观之于市场和顾客，市场是基于一个平等交换的概念，双方不存在地位上的差别。将公民比作是顾客，其本身上就降低了公民在法律上的地位和权利，政府是服务于公民的，但市场不只是服务于顾客。另外，从消费的本质上来说，对于企业出售的产品，顾客只能选择的是买或不买，但对其出售的什么样的产品、产品的价格、服务的内容并不能参与决定，本质上是处于一种被动的地位。而就公共服务管理来说，公民所扮演的并不只是被动的接受或不接受服务，更重要的是扮演着一个参与者，对公共服务的性质和内容起着决定性的作用。把公民当作顾客，以顾客为导向，所造成的是政府对权力的掌控和单向的行使，这与政府存在的本质是相谬的。公民参与政府的决策是行使其权

力的重要手段，也是对政府的有力监督。公民与顾客在其本质上就有区别。

1.4 “经济人”假设不能照搬

经济人假设认为：理性行动者是由自利所激励；理性行动者是机会主义的、欺诈的、自我服务的、怠惰的和善于利用他人的；由于这种假设，理性行动者不能被信任。市场中，趋利而避害的“经济人”比比皆是，公共领域中也是如此，追求名声、功绩、财富的行政管理人员也有，我们应该承认这一点，但也不能以偏概全，对政府进行全盘否认。“经济人”假设过于现实，从而忽略了对人性的探讨，悲观的认为利益本身才是人的行为出发点，否定人文因素的存在。对人性的全盘否定是不切实际的，对公共行政管理人员的职业道德和奉献精神否定，不相信他们能立足于公民，为公民着想，为公民造福，认为他们只是追名逐利的官僚。

2对新公共管理价值取向的反思

新公共管理理论主张缩小政治阶级的差距、权力下放、赋予下级更大的权力、追求平等，破坏了传统的行政管理人员任职制度。所造成的是管理制度更趋于政治个人化，对其所期待的公平、公正并无作用，还会导致政府的腐化，党派的林立。公共管理和私有管理也存在着本质上的区别，公共管理的立足点在于广大公民的利益，是通过整合社会资源，合理分配，为公民营造福利。而私有管理的出发点是为企业本身创造利益，是以扩大企业规模，为企业拥有者创造更大利益为主。这就说明了私有管理的方法和模式不能运用到公共管理上。新公共管理理论对于市场机制太过于信任，将资源分配交由市场，忽略掉了市场经济发展不成熟的表现，削弱了政府的社会责任感，进而破坏了公民与政府的关系，与实现民主的目标背道而驰。

3总结

新公共管理理论为政府的管理与改革提供了新视角和新方向。总体而言，多方位的思考角度，对于公共行政是十分有益的。然而，我们也应该看到，新公共管理理论在实际的应用中所显现出得不足之处，赞成与批判总是同时存在的，它的科学性、合理性、可行性等，还有待进一步论证。而对于我国而言，当前正面临着政府体制的改革，在改革过程中借鉴新思想、新理论，固然是好的，但新公共管理理论能否成为我国行政管理的新范式，还不能确定。