第一图书网, tushu007.com

<<德鲁克管理思想精粹大全集>>

图书基本信息

书名：<<德鲁克管理思想精粹大全集>>

13位ISBN编号：9787115295606

10位ISBN编号：7115295603

出版时间：2012-11

出版时间：人民邮电出版社

作者：唐华山

页数：282

字数：191000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

作为一位影响深远、奠定了现代管理学基础的大师，德鲁克虽然已于2005年离世，但他丰厚的著述、深刻的思想依然熠熠生辉。
当今市场营销学的权威、现任美国管理科学联合市场营销学会主席的菲利浦·科特勒坦言：“如果人们说我是营销管理之父，那么德鲁克就是营销管理的祖父。
”菲利浦·科特勒在学术上将德鲁克尊为父辈，可见其对德鲁克的敬仰之情。
“假如世界上果真有所谓大师中的大师，那个人的名字，必定是彼得·德鲁克。
”这是全球著名的财经杂志《经济学人》对彼得·德鲁克的评价。
作为管理学大师，德鲁克不仅将管理学开创成为一门学科，更以其高瞻远瞩的理论指导诸多商业巨擘取得了辉煌业绩。
英特尔的安迪·格鲁夫用这样的文字来表达他对德鲁克的崇拜之情：“彼得·德鲁克是我心中的英雄。
他的著作和思想如此清晰有力，在那些狂热追求时髦思想的管理学术贩子中独树一帜。
”杰克·韦尔奇也将其重要的企业决策归功于德鲁克，他认为1981年整合通用电气的第一个核心思想——“第一第二”的原则便来自彼得·德鲁克。
事实上，几乎所有的伟大的企业家都在实践着德鲁克的管理理念，比如安迪·格鲁夫、比尔·盖茨、杰克·韦尔奇、张瑞敏等。
德鲁克虽已作古，但是他的著作却穿越时空，滋养着每一位朝气蓬勃的企业家和他们生机勃勃的企业。
德鲁克管理学著作的一大特点是：统计数据少、管理模型少，但他那一个个富有洞察力的犀利观点却令读者有醍醐灌顶之感。
读他的著作，我们得常常掩卷深思。
他总是能站得更高，抓住根本，直指要害，提供策略，这正是他的理论能让那些杰出的企业家们深深受益的重要原因。
他重视知行合一，强调理论对实践的指导性；又不像某些学者，沉溺于数据分析、模型设计之中，而忽视了企业的目标使命，被数据、模型牵着鼻子走。
他的每个观点都是他通过接受大量咨询，在对企业进行深入观察、分析后形成的深刻见解。
因此，他提出的，常常是普遍存在但又极易被忽视或者误解的问题。
“没有反对意见，就不做决策”是德鲁克的一个著名观点。
通常人们认为，只有参会者一致通过的决议，甚至没有人提出异议的决议，才是最优的、最稳妥的。
德鲁克则指出了这一认识的危险性。
他认为，一项正确的决策，必须从正反不同的意见中才能获得。
没有尽善尽美的战略决策，人们总要付出代价。
对相互矛盾的目标、相互矛盾的观点及相互矛盾的重点，人们总要进行平衡。
最佳的战略决策只能是近似合理的，而且总是带有风险的，这也正是商机。
至于那种先有结论再找证据、先有立场再寻理由的做法，表面上看起来似乎与提议者高度一致，实则有脱离实际、隐瞒问题的危险，是应该坚决反对的。
然而，不少企业的决议恰恰就是在这种“没有异议”、“大家一致同意”的情况下自欺欺人地作出的，这种看似稳妥的决策，其恶果必然会在后来的某一时刻暴露出来，最终受害的必然是企业。
因此，我们要谨记，当没有异议时，要再观察、调研、讨论，而不是仓促决断。
“组织的重点必须放在机会上，而不是放在问题上。
如果组织把精力放在出成果的地方，即放在机会上，那么就会有兴奋感、冲动感。
”这是德鲁克的又一为企业发展指点迷津的观点。
德鲁克认为一个企业的价值就是其使命，而一个企业只有在不断地迎接机遇中，才能获得成长、实现使命。
同样，这一观点也源于德鲁克对机遇的独特理解，他反对故步自封地解决问题。

他说，管理是一种器官，是赋予机构以生命的、动态的器官。
“器官从来都不是由它们做些什么，更不用说由它们怎么做来确定的。
它们是由其贡献来确定的。
”大师就是大师，德鲁克把企业放置于社会的总体框架下去透析、衡量其作用和战略，这和我们欣赏油画是一个道理。
看油画离得太近，入眼的就只有斑驳的色块，要欣赏油画的整体美感是需要距离的。
德鲁克还说：“除非战略评价被认真地和系统地实施，也除非战略制定者决意致力于取得好的经营成果，否则一切精力将被用于为昨日辩护，没有人会有时间和精力开拓今天，更不用说去创造明天。
”凡事不进则退，不论是企业还是个人，如果陷入为昨日辩护的泥潭，则是对生命力最大的杀伤。
“一个企业只能在企业家的思维空间之内成长，一个企业的成长被其经营者所能达到的思维空间所限制！
”这句简短的话，一语中的地揭示了企业的生命密码。
德鲁克以其睿智的眼光，透过万千纷繁复杂的经营现象，看到了企业发展的真正制约因素——企业家的思维空间。
企业都是在企业家的思维空间里成长的，企业的问题，说到底都是企业家的问题。
一个思维开阔的企业家，才能缔造出根深叶茂的、能实现重大使命的企业。
对这一概念的理解，如果我们能结合德鲁克对管理的界定来分析，就会更加全面、深刻。
他说，“管理就是界定企业的使命，并激励和组织人力资源去实现这个使命。
界定使命是企业家的任务，而激励与组织人力资源是领导力的范畴，二者的结合就是管理。
”由此可见，一个企业家要想担当界定企业使命的任务，提升激励与组织人力资源的领导力，就需不断开阔自己的思维空间，与时俱进、迎难而上。
……　德鲁克享年95岁，一生孜孜以求，笔耕不辍，留下了39部著作，其中英明的观点不胜枚举。
为了让广大读者尤其是企业经营管理者能在有限的时间里，对大师的管理学精华有所了解和感悟，从而指导自己的实践，我们特意呈上了这本《德鲁克管理思想精粹大全集》。
该书将德鲁克的管理思想精华全面展现出来，每篇讲述一个经典管理理念，读来备受启迪。
“在所有的管理学书籍中，德鲁克的著作对我影响最深。
”这是微软总裁比尔·盖茨的体会。
那么，读完本书，您的感受将会怎样？
在本书的策划与创作过程中，作者得到了尚晓娟、郑月玲、郭东华、邱草、唐秀娟、胡芹、郑海龙、崔艳、赵震凤、李彩莉、毕锋、王晓蕾、郑海涛、闫龙、冉现荣、郑茂章、单文元、邱素娟、唐洪飞等人的大力支持和帮助，没有他们的积极参与，本书是很难面世的，在此向他们深表谢意。

内容概要

《德鲁克管理思想精粹大全集》对管理大师德鲁克的管理思想进行了系统的梳理，读者可从中尽览德鲁克的思想精髓。
全书将德鲁克的管理思想按战略决策、组织绩效、人事管理、领导才能、组织建设、市场营销等类别展开，并以“德鲁克如是说+思想解读+精粹提炼+管理启示”的模式为读者提供全方位的理论讲解和行动指南。
《德鲁克管理思想精粹大全集》内容丰富、编排新颖，是一本能够让人全面了解德鲁克管理思想的实用指导书，非常适合企业管理者和其他想学习德鲁克思想精华的人阅读。

作者简介

唐华山
从事过记者、编辑、文案策划等职，1993年开始发表作品，专职写作前曾任北京九城集团公司企划部经理，曾出版过的图书有《唐僧的马》、《从0到1有多远》、《管理的禅境》、《财道》、《动物对人类的149个神秘启示》、《团队向前冲》、《犹太商战幽默》、《从普通员工到卓越领导》、《小幽默大智慧》等20余部。

书籍目录

第1章　管理综述：管理是一种人文艺术
管理是一种实践，不在于“知”而在于“行”
管理经验无法移植，切勿生搬硬套
管理者必须与属下保持一定的距离
企业管理必然会面临的三大挑战
21世纪CEO的职责
从旁观者的视角审视管理
管理不可或缺，它是一种人文艺术
动荡时代的管理法则
管理人员是一个企业的基本资源
管理者要学会尊重他人
管理的三项主要任务
小企业更需要高度的管理
管理要以人为本
管理者的五项工作与四大难题
管理者必须明确“什么是对的”
系统化地改进你的组织
不要把企业管理当成“人为控制的试验”
一味追求高利润率并不可取
一味强调盈利性是管理中最糟糕的做法
第2章　战略决策：遵循科学的决策模式
决策并非先从收集事实入手，而应以见解为先
思考要全球化，行动要本地化
遵循原则，减少错误决策
容易作出的决策往往是不正确的
区分必要和不必要的决策
不要自作聪明地预测未来事件
正确对待可测度事件和不可测度事件
不要用过时的前提条件做决策依据
不应在大家没有异议时才做决策
决策的目的与基本特性
将决策转化为实际行动
制定一个可以化解危机的管制措施
为企业制订长久的战略性计划
企业必须建立自己的事业理论
让你的企业健康地成长
新世纪的战略联盟的五项法则
不求最大，但求最优
构建企业危机管理体系
管理者必须学会避免错误的妥协
不良组织的常见症状
第3章　组织绩效：绩效是衡量管理的最终标准
管理要对产生绩效负责
卓有成效是一种习惯
界定公司的绩效与成效

绩效是衡量管理的最终标准
绩效评估中的四个关键问题
在绩效要求中，错误在所难免
将组织绩效与个人成绩结合起来
利润是对企业绩效的最终检验标准
工作细分是大势所趋
关注公司的核心业务，能外包的尽量外包
企业需要进行系统化的放弃
局部的改进或提高，并不一定能改善整体的功效
掌握成本与价值信息才能创造出绩效与成果
成本控制应以“预防为主，治疗为辅”
第4章　人事管理：合理安排岗位，大胆进行授权
人事部门更应有策略
人事决策是唯一关键的决策
如何达到科学合理的人事安排
资金与人员的分配决定着组织的表现
知识型员工是企业最宝贵的资产
挑选领导的秘诀
大胆放权，合理监控
用人应用其长而避其短
避免用人失当的基本准则
有效任命要遵循的五大步骤
搞清楚所用之人“好在哪里”
“有权无责”与“有责无权”都不可取
慎重挑选继任人选
第5章　领导才能：领导者要具备哪些才能
领导者应具备的四种能力
问对问题是成功领导的第一步
成功领导者的共同特质
高层管理的重要任务
领导不是特权，而是有责任的工作
先界定问题，再解决问题
关注贡献是卓有成效的关键
领导者的真正才能
激励员工不要过分依赖物质奖励
了解员工不同层次的需求
金钱并不能真正留住员工
有责任的员工会将取得成效当个人责任
让业务贡献的大小决定地位
管理人员不是天生的，而是培养出来的
使平凡的人能做不平凡的事
才能本身毫无用处，付诸实践才有价值
第6章　组织建设：科学搭建组织架构
公司也是一个政治机构
根据企业实际情况科学设计管理组织
建立适当的企业规模
为新企业制定合理的财政策略

高层管理的组织结构
在成长期便要开始建立经营团队
中层管理层不宜臃肿
为成长中的新企业组建管理团队
将组织打造成注重机遇的团队
组织的“文化”必须超越社区范围
培养员工三禁忌
将员工提升到未来高级管理层的候选人中
企业的两种主要功能
发挥董事会的作用
短期最优化会构建合理的长远未来
第7章　目标管理·自我管理·时间管理
企业的使命和任务必须转化为目标
目标管理在最大限度上解放了团队成员的活力
目标管理和自我控制是一种管理哲学
为组织确立明确的目标
协调企业的近期和远期目标
将新项目作为一个独立业务
目标管理的最大好处
建立一个令员工信服的目标
正确使用目标进行管理
自我管理是一种革命
明确自己的长处所在
明确自己的工作风格
时间是最宝贵的财富
认识你的时间
重新分配自己的时间
有效汇集、整合自己的时间
养成要事优先的好习惯
正确认识时间与未来的关系
管理好自己的下半生
第8章　市场营销：顾客买的不是“产品”，而是一种需要的满足
企业的目的是创造顾客
不要去改造顾客，而是要满足顾客
市场营销的四条重要经验
电子商务将挤垮传统分销渠道
脆弱产业和市场结构
“消费者至上主义”是“市场营销的耻辱”
为产品作出合适的价格定位
用“价格主导成本”定价模式为产品定价
主动淘汰过时产品
瞄准全球竞争战略
第9章　创新精神：组织的核心优势是创新
创新精神是企业的灵魂
组织的核心优势是创新
创立新型的企业家精神
创造一个真正的有机整体

创新并非天才的专利
系统化创新的七大来源
创新管理要遵循的原则
意外创新获得的成功
如果老不成功，就要另辟蹊径
变则兴，不变则亡
预先寻求应对变革的系统方法
保护只会让事情变得更糟
积极寻求变革
组织的连续性与变革的平衡
第10章　学习与发展：增强学习意识，专注个人发展
规划好自己的职业生涯
更新知识结构，将持续学习当成任务
唯有追求完美之心，才能成就完美之事
发掘自身的成功
如果组织不适合自己，不妨另谋他就
“管理”上司的诀窍
在熟悉的领域内领跑
尽量将自己的长处和价值观结合起来
诚实的力量是巨大的
了解你身边的人
沟通的主角在于接受信息的一方
借助对方的力量来击败对方
自己不是别人的评判者
第11章　工作原则：热爱自己的工作，才能成就辉煌自我
将正确的事情做好
最重要的是态度
专心做好一件事
取得成就的精神
使工作富于生产力
正确认识组织和个人的关系
享受工作相当于享受生活
做好准备，等待机遇
危机发生的关头是呼唤领导出现的时刻
把社会问题看作是企业的机会
从行业外寻找新的发展理念
将企业的弱点转变为机遇
把失败看成出现创新机遇的征兆
竞争力标杆分析
充分发挥现有的力量
明确所在企业的核心优势
成长的三个循环
第12章　知识经济·信息革命·社会责任
市场为特定知识产出经济回报
知识是现代社会的核心推动力
技术知识型工人将成为优势的社会力量
从数据到信息普及

所有员工都应该担负起信息化的责任
信息化组织需要高度的自律性
真正的信息革命才刚刚开始
信息时代的管理问题
收集与利用商业情报
情报系统的最终测试标准
有意义的事件比事件本身重要得多
善意并不意味着承担了社会责任
企业的社会责任
既需要自主性，也需要责任感
管理者的首要社会责任
第13章　收购与创业：收购讲原则，创业有策略
成功收购企业要遵循的六个原则
及时向被收购公司提供最高层管理人员
成功的收购在于能为被收购公司带来什么
在两个企业实体间建立起共同文化
收购必须尊重企业及企业价值
创业者常用的四个策略
家族企业的生存之道
私营企业存在的理由
第14章　其他观点：大象无形，管理无止境
组织的“原则”
将企业理论转化为行动
组织伦理的焦点所在
别太贪心，半块面包总比没有面包好
理想的待遇结构是怎样的
很多事情是无法量化的
资产剥离是一个“营销”问题
合理的前期投资
两句应该铭记一生的名言
什么时候应该果断放弃
经济活动并非生活的唯一要义
企业参谋应遵循的原则
从事参谋工作必须注意的事项
公共关系的作用
短期现象没有系统只有混乱
稳定和凝聚力来自于强烈的不平衡之中
经济社会的进步是管理的产物
掌握变化中的经济特性
小心管理层在数字上捣鬼
平衡企业的三种角色是管理者的重要任务
关于社会生态学
巨变时代的战略基础
可支配收入的变化新趋势与通胀问题
附录　彼得·德鲁克生平小传

章节摘录

版权页： 怎样才能作出最有效的决策呢？
德鲁克认为，决策者应遵循以下几点。
（1）鼓励大家提出不同见解。
鼓励大家提建议的同时，也要让他们深思其见解，认清其见解经过实证后的结果。
因此，有效的管理者会问“要验证某一假设是否真实可信，我们应该知道些什么”以及“要验证某一见解，应该有些什么样的事实”。
但管理者最应该问的关键问题却是：“相关的标准是什么？
”通过这一问题，很自然就会转到关于衡量的话题：问题本身的衡量和决策的衡量。
只要分析一下一项真正有效的决策是如何达成的，一项真正适当的决策是如何达成的，我们就能发现我们为决定衡量方法所消耗的时间和精力极多。
（2）再假定传统的衡量方法并非适当的衡量方法。
德鲁克认为，有效的管理者通常会使用多种衡量方法。
第一，衡量投入资金需要多久才能收回；第二，衡量投资的获利能力；第三，衡量投资收益的“现值”。
此外还有其他方法。
但有效的管理者不会以仅用其中一种方法为满足；即使会计部门夸称他们的方法极为合理，有效的管理者也必须知道，任何方法均能显示投资决策的某一种层面，而非全部。
所以，除非管理者对每一角度都看得清清楚楚，否则不会轻易判断哪种方式最为合适。
（3）学会运用反面意见进行决策。
为什么作决策时要参考反面意见，理由有三：第一，唯有反面意见，才能保卫决策者不至于沦为组织的俘虏；第二，反面意见本身，正是决策所需的“另一种方案”：第三，反面意见能够激发想象力。
有效的管理者知道世上有蠢材，有爱搞恶作剧的人。
但是，他决不会将持不同意见者轻易地视为蠢材或者捣蛋鬼，他总是假定任何人提出不同的意见，必是出于至诚。
所以，即使某人的意见错了，也是由于此人所看到的现实不同，或者他所关切的是另一个不同的问题。
因此，有效的管理者会问，“如果这个人的立场果真正当、果真合理、果真有见地的话，那么他的看法又将会如何呢？
”有效的管理者关切的是“理解”。
只有在了解确切的理解之后，他才会研究谁是谁非。
作为一名管理者，不论他的求好之心多么迫切，也不论他如何自信看出了别人的错位，只要他打算作一项正确的决策，他都会将了解对方作为自己探求另一种方案的方法。
见解上有冲突，正是他可以利用的工具，运用此种工具，他才能保证自己看清楚问题的方方面面，才能作出最有效的决策。

媒体关注与评论

德鲁克一生写了数十部作品，本本都是经典之作，为便于读者更加全面地了解德鲁克的管理思想，本书用精简的语言对德鲁克的管理思想进行了系统的梳理。
本书从管理综述、战略决策、组织绩效、人事管理、领导才能、组织建设、目标管理、市场营销、学习与发展、信息革命、收购与创业等角度，一一展现和分析了德鲁克的管理思想，只需一书在手，就可以尽览德鲁克的思想精华。

编辑推荐

全球商业领袖奉为圭臬的管理理念企业管理人士自我修炼的不二选择德鲁克虽已作古，但是他的著作却穿越时空，滋养着每一位朝气蓬勃的企业家和他们生机勃勃的企业。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com