

<<企业管理圣经>>

图书基本信息

书名：<<企业管理圣经>>

13位ISBN编号：9787501770731

10位ISBN编号：7501770735

出版时间：2006-4

出版时间：中国经济出版社

作者：单宝

页数：312

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>

<<企业管理圣经>>

内容概要

彼得·杜拉克被誉为现代管理学之父，他的理论是世界公认的条理最清晰、最可行的管理经典。

在使管理学成为“专业”的努力中，杜拉克的贡献可谓前无古人。

杜拉克献身于管理学研究的动力在于，他相信工业化的组织必将成为世界上最重要的社会组织，比国家和社会更富有影响力、更富有包容性、更富有指导性。

杜拉克教授在沟通理论和实践、个人和社会等方面的成就堪称同行中的翘楚。

本书全面而详细地论述了彼得·杜拉克成功管理的88条黄金法则。

书籍目录

序：伟大的旁观者——著名管理学家彼得·杜拉克 / 1第一章 成为有效管理者的黄金法则 / 1 导读： / 1 黄金法则1：提高管理者的素质 / 2 黄金法则2：懂得管理者的具体任务 / 4 黄金法则3：管理者需要解决好四个现实问题 / 9 黄金法则4：管理者要实现对组织的三种贡献 / 11 黄金法则5：管理者决策行动的三步曲 / 13 黄金法则6：朴素而最有效的经理法则 / 16 黄金法则7：有效管理者的五种思维习惯 / 18 黄金法则8：管理者打造成功的形象 / 20 黄金法则9：管理者捕捉行动的良机 / 32 第二章 战略制胜的黄金法则 / 38 导读： / 38 黄金法则10：正确理解和制定战略规划 / 39 黄金法则11：战略选择应考虑的四一个问题 / 41 黄金法则12：孤注一掷创新战略 / 46 黄金法则13：创造性模仿战略 / 48 黄金法则14：柔道战略 / 50 黄金法则15：“生态位战略” / 52 黄金法则16：放弃战略 / 57 黄金法则17：成长战略 / 61 第三章 科学决策的黄金法则 / 64 导读： / 64 黄金法则18：科学决策的基本程序 / 64 黄金法则19：基础性决策 / 68 黄金法则20：有效决策的“见解”与“衡量” / 71 黄金法则21：有效决策五要素 / 74 黄金法则22：决策应遵循的二原则 / 85 黄金法则23：做出好决策应遵守的八条方针 / 87 第四章 组织管理的黄金法则 / 90 导读： / 90 黄金法则24：关注组织管理新趋势 / 90 黄金法则25：建立企业组织机构须遵循三个要求 / 93 黄金法则26：企业选择组织结构的三种分析方法 / 95 黄金法则27：组织设计的七个规范 / 97 黄金法则28：五种组织设计原则 / 101 黄金法则29：从职能制走向分权制 / 103 黄金法则30：以信息为基础的新型组织 / 105 黄金法则31：新型组织管理中的四个关键性问题 / 108 黄金法则32：诊断不良组织的症状 / 110 第五章 目标管理的黄金法则 / 113 导读： / 113 黄金法则33：必须明确“我们的企业应该成为什么样的企业” / 115 黄金法则34：要将企业的目的和使命转为企业目标 / 116 黄金法则35：应该设立怎样的目标 / 117 黄金法则36：应该如何并由谁来制定目标 / 118 黄金法则37：把握好制定目标的时间跨度 / 120 黄金法则38：目标的五个任务 / 122 黄金法则39：需确定管理目标的八大关键领域 / 126 黄金法则40：影响目标管理的四大误导因素 / 128 第六章 提高生产率的黄金法则 / 132 导读： / 132 黄金法则41：生产率是管理能力的首要考验 / 134 黄金法则42：管理资本生产率是管理者的主要工作 / 136 黄金法则43：掌握四种生产原则 / 138 黄金法则44：了解影响生产率的因素 / 141 黄金法则45：提高资本生产率的基本规则 / 143 黄金法则46：提高生产力途径之一——清楚地定义任务 / 146 黄金法则47：提高生产力途径之二——专注于工作和任务 / 149 提高方法48：提高生产力途径之三——定义工作业绩 / 151 第七章 市场营销的黄金法则 / 154 导读： / 154 黄金法则49：获得市场领导地位的主导因素 / 156 黄金法则50：“市场现实”的基本原理 / 158 黄金法则51：准确定位企业的顾客 / 161 黄金法则52：把握市场的“走出去管理” / 162 黄金法则53：市场营销的目标和创新的目标 / 164 黄金法则54：市场创新策略之一——无限扩张 / 166 黄金法则55：市场创新策略之二——攻其不备 / 173 营销管理56：市场创新策略之三——构筑要塞 / 180 第八章 人力资源管理的黄金法则 / 187 导读： / 187 黄金法则57：明确人力资源管理的作用 / 187 黄金法则58：人事决策的五个步骤 / 190 黄金法则59：人力资源管理中的新问题及明智措施 / 193 黄金法则60：选拔人才的基本原则 / 195 黄金法则61：管理用人的四个基本原则 / 197 黄金法则62：经理人才规划：培养明日的管理者 / 199 黄金法则63：X理论与Y理论的误区 / 202 黄金法则64：企业精神应该关注人们的优点 / 204 第九章 企业创新的黄金法则 / 207 导读： / 207 黄金法则65：管理者的创新准备 / 210 黄金法则66：企业的两种动力：替代与创新 / 212 黄金法则67：实现创新的几个基本前提 / 213 黄金法则68：创新的原则、禁忌和条件 / 214 黄金法则69：创新的七种机会和来源 / 217 黄金法则70：企业应建立的创新表现评估体系 / 225 黄金法则71：灌输创新意识的“三个例会”制度 / 227 创新管理72：不要掉进创新的三个陷阱 / 229 第十章 企业知识管理的黄金法则 / 231 导读： / 231 黄金法则73：期待像《资本论》一样伟大的《知识论》 / 234 黄金法则74：知识生产力的来历 / 236 黄金法则75：知识生产力的开发及借鉴 / 245 黄金法则76：知识生产力的管理 / 248 黄金法则77：创造聪明工作方法的五个步骤 / 255 黄金法则78：企业必须掌握知识秘诀 / 261 黄金法则79：企业知识的五个特点 / 267 黄金法则80：企业知识分析的三个问题 / 269 第十一章 杜拉克的管理思想精华 / 272 导读： / 272 黄金法则81：目标是企业工作安排的基础 / 273 黄金法则82：不同于“计划”的战略思维 / 274 黄金法则83：建立一个优良的组织 / 278 黄金法则84：用人之长 / 285 黄金法则85：有效的成本控制 / 301 黄金法则86：营销运作中的创新 / 304 黄金法则87：生产率的源泉是知识不是体力 / 306 黄金法则88：能够快速、清楚地交流信息 / 307 附录：杜拉克作品一览表 / 311

章节摘录

黄金法则4：管理者要实现对组织的三种贡献 杜拉克认为，一般组织对成效的要求通常表现于三个方面：直接成果； 树立新的价值观以及对已确定的价值观不断确认；培养与发掘组织未来所需 的人才。

如果在这三方面中缺少任何一方面，组织就会面临没落甚至垮台破产。

因此，管理者若想使自己的工作富有成效，对组织有所贡献，就必须从这三 个方面着手。

通常，组织的直接成果总是很容易看出的。

对于企业公司来说，所谓的 直接成果就是销售额、利润等经济成果；对医院来说，也就是对于病人的日 常护理和治疗。

直接成果在这三方面中是最重要的。

一位管理者如果对于组 织的直接成果是什么都不明确的话，那就无从谈所谓的成果、贡献了。

杜拉 克举过一个英国国营航空公司的例子，在此以它予以说明。

英国政府把自己的国营航空公司作为商业企业来进行管理，但这些航空 公司却不仅是执行国家政策、维护英国团结稳定的一种手段，也是英国航空 业生存发展的资金来源。

英国政府把这些航空公司置于这三种直接成果的不 同范畴中，最后任何一种成果都没有取得。

管理者想要使自己的工作能对组织有所贡献，不仅要 从直接成果上入手 ，努力提高组织的利润等显性成果，同时也需要树立组织明确的价值观并对 它予以反复确认。

如果我们把直接成果比作是人体维持运转所必须的热量， 那么价值观就是对人体健康息息相关的维生素和矿物质。

对于一个组织来讲 如果没有自己的价值观，内部管理就会发生混乱甚至发生瘫痪解体。

在企业 中，管理者为组织树立正确的价值观，有时是通过加强技术指导，有时是通 过确定符合客户需求的产品和服务，有时也是通过帮助客户购买到性价比最 好的产品及服务来实现的。

一个组织的价值观也并不是都是显而易见极其明确 的。

美国农业部长久以来一直受到两个根本对立价值观的困扰：他们一方面 想要提高农业生产率，而另一方面却又想要加强以家庭为单位的小农经济， 并要将此发展成为整个农业的支柱。

在前一种价值观的引导下，他们必须努 力实现农业的高度工业化，使美国农业向高度机械化和大规模商业化的方向 发展。

然而后一种价值观又表现出对于原有生产方式的推崇。

由于美国的农 业政策长期在这两种价值观之间徘徊不定，因此我们不难看到，虽然美国已 经花费了大量的人力物力在农业发展方面，但却未见很大的成效。

一个管理者要想实现对组织的贡献，自然也少不了第三个方面，即培养 与发掘必要的人才。

因为，在当今社会中，企业员工的流动性是一个既定的 事实，而管理者的贡献又必然会受到自然减员的影响。

因此如果一个管理者 不去不断更新其人才资源，组织不去不断充实人员培训基金，管理者的贡献 必然会大打折扣，组织也不可能长期维持下去。

杜拉克在谈论这个问题时，还提到了十分关键的一点就是，这三个方面 哪个更重要，哪个更次要，并无定论，而是主要取决于管理者本人的具体情 况、他们在组织中所处的地位以及组织自身的需求。

当这些因素发生变化时 ，这三方面的相对关系、重要性的比重也会相应发生一定的变化。

如果一个 管理者没有意识到或做不到这一点，那么虽然他所用的正是他过去一直在用 并已取得了成功的工作方式，在他用于现有事物时，也会出现错误，他对组 织的贡献自然大打折扣，甚至有时会产生相反的结果。

因此，如果管理者只 满足于原来的工作方法，不能或不愿去适应新职位的要求，他就很难实现对组织的贡献。

谈及此，杜拉克举了一个关于华府(美国政府机关)的例子。

二战期间，不少才华横溢的管理者来到华府工作后，却往往无所作为。

<<企业管理圣经>>

华府是一个政治机构，那些过去习惯于发号施令的人突然转变为这一机构中相对微不足道的一员，很不习惯听命于他人或按照惯例办事，因此往往做不好工作。

而华府中也有不少人没有任何政治经验，也没有做过两个职位以上的工作，却用事实证明了自己是富有成效、对组织贡献极大的管理者。

稍加留意不难发现，这些管理者的出色表现都离不开他们自己对于贡献的重视，离不开他们对不同工作的三个价值面所做出的适当调整。

由上所述可以看出，那些为工作呕心沥血、却成效甚微的管理者，他们的失败正是由于他们自己未能或不愿去适应新工作的要求，不能向自己提出新的挑战，不去重新处理这三个价值面的相对关系。

因此，一个管理者要衡量自己对组织的贡献大小、要实现对组织有所贡献的目标就必须首先从这三方面着手。

P11-12

编辑推荐

彼得·杜拉克被誉为现代管理学之父，他的理论是世界公认的条理最清晰、最可行的管理经典。

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>