

<<世界经典管理箴言精读精解>>

图书基本信息

书名：<<世界经典管理箴言精读精解>>

13位ISBN编号：9787504731609

10位ISBN编号：7504731609

出版时间：2009-8

出版时间：中国财富出版社

作者：赵文明 等编著

页数：322

字数：344000

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

管理箴言是企业管理者智慧结晶。

这些经典名言经过千锤百炼，对企业管理过程中的各种情况进行了深刻精辟的阐述，揭示了管理的奥秘和真谛。

在过去的100多年时间里，世界管理理论和实践有了突飞猛进的发展，涌现出了一大批管理学者、思想家、大师，他们在管理方面，特别是企业管理方面为我们提出了许多善言和良训、忠告与启示。这些经典之谈都是一字千金、铭人肺腑的。

如果能很好地学习它们，领会它们，把握它们，实践它们，毫无疑问，定会大大有益于我们管理水平和素质的提高。

而且，在今天这个充满激烈竞争的环境里，要想事业成功，企业管理者就必须利用一切机会帮助自己和下属提升领导力，阅读本书，正是这样的好机会。

本书共分16章，从经营管理哲学、经营目标与战略、企业决策管理、企业的生产和质量管理、企业的营销与客户管理、企业的绩效与财务成本管理、企业人力资源管理、企业领导的自我管理、企业变革与创新等方面总结了100多年来出自名家的管理箴言，再现了百年管理的智慧。

阅读本书可谓与伟大灵魂的精彩邂逅，杰克·韦尔奇、安迪·格鲁夫、威廉·戴明、盛田昭夫、李嘉诚、迈克尔·戴尔、松下幸之助、彼得·德鲁克等管理大师为我们奉献出世界上最伟大的企业管理智慧，而我们可以借用它的深邃超越渴望、瞻仰伟大、汲取精华。

拥有本书，你就可以随时随地与管理大师对话，聆听他们的教诲，从中汲取快速成长的精神营养，并指导自己的企业管理实践，成为一个真正优秀的企业管理者。

<<世界经典管理箴言精读精解>>

内容概要

本书共分16章，从经营管理哲学、经营目标与战略、企业决策管理、企业的生产和质量管理、企业的营销与客户管理、企业的绩效与财务成本管理、企业人力资源管理、企业领导的自我管理、企业变革与创新等方面总结了

100多年来出自名家的管理箴言，再现了百年管理的智慧。

<<世界经典管理箴言精读精解>>

书籍目录

01 智慧之精华，经营之理念——伟大的管理哲学

管理，必须从尊重人开始
管头管脚，而不要从头管到脚
想赢，就要比别人快
创造环境，塑造成功
管理也要“与时俱进”
管理不能苛求完美

02 调准“航船”的方向——经营目标与战略

战略定位决定经营策略
战略是所有人的事
战略转型至关重要
快速反应和分权战略
知识管理战略
物流管理新战略
树立正确的战略目标
管理职能是战略的保证
企业战略和营运有效性

03 与上帝掷色子——企业决策的管理

管理就是决策
风险评估是决策的前奏
过滤信息，追求有效决策
兵贵神速，快速决策
制定有节制的决策
消除决策时的错觉
警惕决策陷阱
战略风险分析能避免决策陷阱

04 得人才者得天下——人力资源管理

以人为本，大公无私
造人先于造物
知识型员工是企业成败的关键
不信任会浪费生产力
培训是破旧立新的孵化器
赢得员工的忠诚
工作的丰富化模型
引爆员工的潜力
择其长而用之
实现薪酬效能最大化
福利政策和业绩挂钩
让激励机制“奔跑”

05 将革命进行到底——企业变革与创新

创新才是唯一有效的成功之路
把快速变革当作亲密朋友
打开所有的企业“雷达”
创新是企业管理的试金石
基于核心竞争力的变革

<<世界经典管理箴言精读精解>>

组织变革要依靠全体员工
变在迫不得已之前
组织变革的“相合模式”
走稳内部发展之路

06 营销就是营心——企业营销与客户管理

构架独特的价值取向
建立真正的关系营销
快速变革营销流程
贴近客户，为客户着想
降低关键员工离职的风险
顾客认识品牌，品牌驱动市场
建立客户的忠诚度
重视“获得顾客成本”
寻求渠道差异型优势
不能完全依赖市场调查
服务无形，定价有道
投诉是改善服务质量的良机

07 时刻准备“过冬”——企业危机管理

没有危机感是最大的危机
危机管理的真谛
危机产生于内部管理不善
警惕成长的危机
积极沟通，共克危机
通过内部控制防范风险
制度远比临时抱佛脚的小伎俩好
巧妙应对，化危机为商机
萧条期不能应激过度

08 竞争对手就是磨刀石——企业竞争管理

不要视竞争对手为敌人
建立正确的伙伴关系
从对手的错误中吸取教训
企业的三种竞争战略
创建独特的优势
企业并非越大越好
寻找企业成长的秘密
谨防“公司健忘症”

09 企业最宝贵的无形资产——品牌管理与策略

实行全方位品牌管理
品牌是企业价值观的体现
品牌营销的本土化战略
品牌就是对消费者的承诺
重视品牌识别和定位
以品牌为引擎驱动企业发展

10 紧抓“生命线”——生产与产品质量管理

质量是企业的生命
决定成败的全面质量管理
采购是获得竞争优势的关键

<<世界经典管理箴言精读精解>>

致力于迅速开发新产品
将精力集中于流程控制
质量评审赢得忠实客户
大力推行全面生产保养
比对手更有效地减少库存
质量管理也要与时俱进

11 做修筑堤坝的人——企业领导的自我管理

伟大的领导者必有伟大的梦想
学会扮演不同角色的领导者
创造奇迹的领导品质
大胆行动，带动公司勇敢前行
善用“皮格玛利翁效应”
应对变革，闯过雷区
领导力的发展是一个没有终点的过程
掌握领导中一些微妙的技巧

12 构建完美的“躯干”——企业制度与组织管理

塑造健康的组织是企业家的首要任务
企业组织的命运取决于员工
把金字塔颠倒过来去实现目标
大公司装上小公司的灵魂和速度
不能忽视企业的基本结构法则
组织的品质：学习和创新
实行良性收购，优化组织结构
第五项修炼：创建学习型组织
企业必须建造“融合网”

13 把散沙变成混凝土——企业团队管理

管理是团队的游戏
拥有团队智慧
对团队采用辅助型领导模式
信任是虚拟团队管理的核心
管理拥有“多种武器”的团队
培养跨文化沟通能力
优秀的人未必能组成优秀的团队

14 成本是内部管理的核心——企业绩效与财务管理

成本领先是企业壮大的关键
绩效管理应该与企业愿景结合起来
定期与员工进行绩效面谈
没有交流沟通就不是绩效管理
使预算成为实现目标的有益工具
调整成本，创新优先
重视作业成本管理
用内控机制防范财产流失

15 构建数字化蓝图——企业知识与信息化管理

适应互联网带来的变革
“以人为本”的信息管理
有效地管理企业的信息资产
电子商务的联盟优势

<<世界经典管理箴言精读精解>>

不能忽视信息技术的潜能
以数字化设计创造新的价值
善用网络再造企业竞争优势

16 基业常青的秘密——企业文化的塑造与建设

结果导向是企业文化的基础
创建多元化企业文化环境
建立起全球性的学习型企业文化
营造重能惜才的企业文化
迎接文化差异带来的挑战

参考文献

后记

章节摘录

大师如是说 怀疑和不信任是公司真正的成本之源。

——道格拉斯·麦格雷戈 道格拉斯·麦格雷戈：美国著名行为科学家。

他提出了有名的“X-Y理论”，并在以后的著作中进一步加以发挥，该理论对管理实践产生了深刻的影响。

箴言解读 “没有规矩，不成方圆”是人们强调管理时的依据，但是往往却忽视了这样一个事实，如果人的积极性未能充分调动起来，规矩越多，管理成本就越高。

因此，企业管理最起码的一条规矩就是对人的尊重。

人们谈管理，尤其是对人的管理，过多的强调了“约束”和“压制”，其实，这样的管理效果往往会适得其反。

聪明的企业和企业管理者已经意识到这一点，并开始“尊重”和“激励”上下工夫，了解员工的需要，然后满足他们。

一个好的企业和好的管理者始终牢记这一条：他的职责是帮助员工成功。

如果经理用权力欺压员工，就不是一个称职的经理，至少不是一个具有现代意识的经理，怎么看他也像一个旧社会的工头，经理最重要的事情是要用他的权力、他的专长、他的影响力来帮助员工成功。经理不能让自己手下的员工不断失败、不断炒员工的鱿鱼——这段话是惠普中国公司原副总裁吴建中说的。

让管理亲和于人，让管理者与员工心理距离拉近，让管理者与员工彼此间在无拘无束的交流中互相激发灵感、热情与信任，这样的理念在优秀的企业家心中越来越达成共识。

有位专栏作家参观英特尔公司时，看到当时英特尔的首席执行官格鲁夫的格子间与员工的格子间一样大小后，很尖刻地指责格鲁夫这种做法比较虚伪，格鲁夫却回答说，他这样做的理由是不想让权力放大，给员工造成心理压力，以便能更好地与员工进行交流。

要让管理者真正亲和于员工，不仅表面上要与员工拉近距离，还要真正关心员工，不单是关心员工的家长里短，更重要的是关心员工的前途和未来，包括员工的薪水和股票，也包括员工学习的机会、得到认可的机会和得到发展的机会。

对人的尊重还包括对不同思维的容忍。

100%的求同思维，常常让创新之苗过早夭折。

作为一个经理或高级主管，你如果不能容人，你只喜欢提拔那些想法、做法和你一致的人，就会在你的周围聚集一批与你思维相似的人，那时你就很危险了，当你遇到困难时，你周围的人并不能帮你，因为你们的想法和做法都如出一辙。

管理是对的，但不要让人定型，让人定型的管理是企业（尤其是高科技企业）的一大灾难。

世界著名的咨询公司安德森公司原“掌门人”劳伦斯·温白克说：“一家企业要成功，关键是一定要爱护你的员工，并帮助他们，否则他们也不会帮助你的企业。

对待员工一定要诚实，要有一致性，不能朝令夕改，一定要把你的心拿出来给他们看，要心心相印，只有在这种情况下，他们才会跟你走。

”这是一种很普通的境界，但是很多企业家做不来，却一味要求员工对企业忠诚再忠诚。

正如单相思的爱情会打水漂儿，企业家对员工不忠诚，就别想员工对你忠诚。

总之，企业管理千头万绪、错综复杂，但是最核心的一点是对人的信任、对人的尊重。

这是企业管理的开始。

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>