

<<卓有成效的组织管理>>

图书基本信息

书名：<<卓有成效的组织管理>>

13位ISBN编号：9787506033763

10位ISBN编号：7506033763

出版时间：2009-1

出版时间：东方

作者：(美)彼得·德鲁克|译者:齐思贤

页数：117

译者：齐思贤

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>

<<卓有成效的组织管理>>

前言

一、“管理学”一词 1954年11月6日，彼得·德鲁克率先创建了“管理学”这门学科（尽管德鲁克本人不同意这种说法），但这并未影响他在管理学这一学科领域的地位和权威。因为该学科确实是由他一手建构的，并且整个管理学系统也是由他所建立的。因此，“管理学教父”这个称号对德鲁克而言，完全是实至名归。

然而，“管理学”的代表作，应该是德鲁克于1954年11月所写的那本《管理的实践》一书。理由是该书到目前为止仍然被大多数学者认为是一本条理最清晰、最有系统的管理学著作，因而奠定了德鲁克在管理学上的巨大影响力和管理学泰斗的地位。

对此，被誉为管理思想家的查理斯说：“管理大师仅有一位，那人就是彼得·德鲁克。”而被称为管理大师的汤玛斯·彼得也说：“在德鲁克之前，世界上并没有真正的管理学。”

<<卓有成效的组织管理>>

内容概要

如何凝聚组织的向心力：只有在一个清晰、明确及共同的使命下，才能使组织的成员凝聚起来，并使其创造出成果，反之，如果一个组织缺乏明确的使命，它就会很快地没落。

购买决定一切：什么是企业，这要由顾客来决定。
因为只有当顾客愿意购买商品或服务时，才能把经济资源转变成财富，把产品转变成商品。

<<卓有成效的组织管理>>

作者简介

彼得·德鲁克，1909年出生于奥地利，1950年任纽约大学管理学教授。

著有数十部管理、经济、社会等方面的专著。

这些专著被译成20多种文字，在世界各地广为流传。

德鲁克本人更是全世界管理者的学习典范。

美国《商业周刊》称赞他为“当代不朽的管理思想大师”，《经济学人》则称他为“大师中的大师”

。

<<卓有成效的组织管理>>

书籍目录

序言 “管理学”在中国第1章 管理的角色 组织为什么存在 管理的三种任务 管理的首要课题 管理的最重要任务 管理的课题 “教与学”的组织 如何凝聚组织向心力 现代组织的原型是…… 如何管理知识型组织 管理是什么 谁能战胜市场 任其消失的组织第2章 经营理论 经营理论的重要性 企业的使命是什么 企业陷入危机的原因 有效经营理论的四要件 改变经营理论的时机 实现目标时,不要先庆祝 急速成长反而是危机 意外的成与败都是警讯 看待成败的正确态度第3章 策略规划 策略规划是什么 策略规划:进退之间 决策者该如何面对未来 从已发生之事描绘未来 出生率改变了劳动力 每件事皆有寓意 利用趋势而不是对抗 创造未来而不要猜测未来 把构想具体化就是事业 执行计划的关键第4章 核心能力 让优势配合商机 优点的定义 找出企业的优势之后…… 分析现有优势的收获 从内部看不见优势 经过比较才知道优缺点 通过顾客找到核心能力 组织都需要具备的核心能力 只精通一种技术是不够的 第5章 顾客 企业的目的 购买决定一切 你认为VS顾客认为 企业的基本功能只有两个 顾客比你更了解你 顾客的心里总是问…… 顾客要的是满足,不是忠诚 凯迪拉克的竞争对手是钻石 顾客是理性的 最重要的信息与顾客无关 不要只关心老顾客 你需要走出去第6章 营销 营销不只是销售而已 营销是什么 营销的目的就是减少推销 消费者要营销,不要推销 营销之耻 想获利就需要有通路 别想掌控通路 配销通路的决定者 配销通路,五年革命一次 对企业最重要的数字 决策的最可靠经济信息 最容易忽略的信息 只追求销售额是毫无意义的 业绩增加不一定是好消息 业绩顺利时,先别开心 一定要取得市场主导权吗 垄断者失去领导地位的原因 别被市场占有率迷惑 追求最合适的市场地位第7章 创新 应该把创新精神放入管理了 创新是什么 创新是生意人的保单 创新的焦点是市场,不是产品 创新并非都是从无到有 创新的机会来自…… 如何创新 因为没有永续,所以创新 创新策略的核心第8章 生产力 生产力的提升与员工无关 提高生产力的六个因素 知识工作者的生产力如何提升 “杂事”与“工作”的分别 工作者是有知识、负责任的 工作需要不断地学习 提升生产力的最佳途径 不能发挥所学的原因 该如何运用工具 天才的奥秘 提高生产力的关键第9章 利润 企业不是营利组织 利润不是企业的目的 天使也会关心获利率 利润是抵抗风险的支柱 利润不是资本家的回扣 企业为什么必须获利 是谁创造利润 以利润为目标是错的 只需要追求最低限度的利润第10章 成本 只有“成本中心”,没有“利润中心” 收入与成本并不会循环 如何控制成本 大小订单的成本是一样的 如何有效地削减成本 什么是无效地削减成本 如何有效地控制成本 控制成本要针对大项目 顾客只在乎要花多少钱 外汇风险成本化 管理者会变成投机者 本土企业可以不国际化吗 本土制造,财务国际化 如何防范成本的变化第11章 决策 界定问题才是决策的第一步 事实与数据有何不同 战术性决策看问题 战略性决策看形势 找出问题才是最难的 别把征兆看成根源 问题出在哪里 没有对立,不做决策 谁是有有效的决策者 “二选一”是害人陷阱 没有任何行动也是解决方案 挑选最佳决策的四准则 谁最应该参与讨论第12章 目标管理 设定目标是管理者首要的责任 目标明确化的方法 按照贡献决定目标 了解目标的要求是什么 目标管理的贡献就是…… 期待越高表现越好 什么是管理的哲学 给予信息才能自我管理 信息不是控制部下的工具 判断力是无法取代的 如何做出良好的判断第13章 人的管理 人力不是成本,而是资源 如何让知识工作者满足 如何激励员工 管理“推销化” 管理者的任务:1+1>2 谁是组织的基因 如何看出管理者的能力 人事决策的重心 评估只能以绩效为标准 该如何管理管理者 不犯错是优点吗 人事不公带来的弊害 该如何运用不适任的人 不要过分强调升迁 该如何避免过度重视升迁 如何反映员工的价值 没有一种制度是公平的 第14章 组织架构 组织架构与绩效的关系 怎样进行组织设计 根据战略来建立组织架构 以组织架构来配合战略 组织应遵守的三原则 组织架构必须有助于沟通 无为而治 减少组织层级 如何控制中级干部的人数 解决年龄构造的偏差 了解组织构造的优缺点 哪种组织架构最好 不要经常调整组织结构第15章 社会责任 谁决定企业的存在 企业的第一个责任 领导团体该做的事 企业应该如何吸引人才 社会责任是怎样形成的 负面影响不可大于存在目的 对社会的正负影响机构都应该负责 野兽原理 不可坐视 为所应为 病态社会无法造就健全的机构 政治体制导致社会问题 如何化社会问题为商机 有能力者就应该负责 以价值观决定业务领域 “专业的伦理”是什么

<<卓有成效的组织管理>>

<<卓有成效的组织管理>>

章节摘录

第1章 管理的角色 组织为什么存在 企业组织与公共服务机构都是社会组织的一环。它们并非为了自身的利益存在，而是为了实现某种特定的社会目的，并满足社会、邻里或个人的特定需要而存在的。

同时，它们本身的存在并非目的，而是方法。

——《管理——使命、责任、实践》 管理的三种任务 要让机构确实地运作并有所贡献，管理阶层必须完成三种任务：一是找出机构的特定目的与使命；二是增加生产，并让员工有成就感；三是经营社会影响力及担负起社会责任。

——《管理——使命、责任、实践》 管理的首要课题 在动荡不安的时代中，管理的首要课题是确保组织存活的能力、确保组织结构的强度和韧性以及适应冲击、适应变局与善用新机会的能力。

——《动荡时代管理策略》 管理的最重要任务 管理的任务在于对组织的成果和绩效加以定义，任何有此种经验的人都可以为证，这是一个最困难、最有争议，同时也最重要的任务。因此，管理的特定功能就在于整合组织的资源以获得组织外部的成果。

——《21世纪的管理挑战》 管理的课题 管理与人息息相关。管理的课题在于协助员工合作、产生绩效，并让他们发挥所长、弥补不足。

——《新现实——政府与政治、经济与实业、社会与世界观》 “教与学”的组织 管理能够帮助企业及企业内部的成员随着环境需求与机会的改变而成长发展。每个企业都是一个不断“教与学”的组织。

——《新现实——政府与政治、经济与实业、社会与世界观》 如何凝聚组织向心力 只有在一个明确及共同的使命下，才能使组织的成员凝聚起来，并使成员们创造出成果。反之，如果一个组织缺乏明确的使命，它就会很快地没落。

——《后资本主义社会》 现代组织的原型是…… 交响乐团（symphony orchestra）可以说是现代组织的原形。

在一个有250位乐师的乐团里，每一位乐师都是专家，而且是一流的专家。

可是，就以低音大号手为例吧，只凭他一个人是无法演奏出交响乐的，也就是说只有整个乐团一起合作才能做到。

而交响乐团之所以能奏出音乐，就是因为这250位乐师都有一本相同的乐谱。

——《后资本主义社会》

<<卓有成效的组织管理>>

编辑推荐

在《卓有成效的组织管理》中，德鲁克告诉我们：管理者的成效往往是决定组织工作成效的最关键因素；并不是只有高级管理人员才是管理者，所有负责行动和决策而又有助于提高机构工作效能的人，都应该像管理者一样工作和思考。

<<卓有成效的组织管理>>

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>