

<<大误区>>

图书基本信息

书名：<<大误区>>

13位ISBN编号：9787512305069

10位ISBN编号：7512305060

出版时间：2010-9

出版时间：中国电力出版社

作者：孙科炎

页数：280

字数：184000

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>

## <<大误区>>

### 内容概要

本书关注的是企业的战略、组织和人的管理问题，这些有机管理要素是影响企业生存与发展的关键。书中明确企业的管理目标和重点，对于竞争力的构成、适度规模的判断、健康的组织结构、创造力的生成、管理方式的演进、组织软环境的构建等重要问题进行了批判性反思，并作了详尽、鲜明的阐述，是企业管理者、管理培训师等相关人员研究与实践的实用读本。

## <<大误区>>

### 作者简介

孙科炎，北京华通管理咨询公司总经理，企业经营管理、项目策划咨询实战派专家，对组织经营管理、企业群体行为等问题颇有研究，长期从事教育管理、工业生产管理、文化产业创意等多种项目的组织与策划。

近十年来，作者潜心研究当下中国企业经营管理的突出问题，并组建专业

## &lt;&lt;大误区&gt;&gt;

## 书籍目录

丛书序 在动荡中前行前言 战略、组织与管理的新现实第一章 非确定性管理——动荡环境中的企业  
企业的新现实 改变了的管理假设 当下的管理任务 以机会成果为中心 管理职能的转变 财务利润的错觉 为明天预留种子 管理整体生产力第二章 守成者的噩梦——组织衰落的现实及其趋势 固步自封的  
管理者 虚假的繁荣 衰落的征兆 抛弃昨天的困扰 执行持续增长战略 管理关键资源 资源集中管理 市  
场的统一法则第三章 竞争力幻觉——什么才是真正的竞争优势 资本实力的歧义 大企业的演变 技术  
优势的迷宫 未来的巨头 经营之道决胜负 解决三大问题 接受实践检验 作出恰当的改变 竞合联盟的  
未来第四章 规模的历险——规模化发展的现在和未来 规模化的历史演进 从珠三角看问题 一个普遍  
现象 不同类型的企业的规模 产能过剩的焦点 过大和过小的问题 多大或多小才适当？

作为成本中心的组织 成长才是最大的问题第五章 惯性膨胀定律——精简管理结构的障碍和出路 理  
想的组织结构 企业做错了什么 复杂结构的自然演进 结构性的破坏力 “管理”本身成为目的 结构合  
理性分析方法 不同性能的组织结构 维持核心优势的最低限度守 企业联盟的自然趋势 明天地企业：  
自主事业部第六章 规范化考验——重新审视从结构到流程的规范性 为什么讨论流程规范化 组织健全  
的信号源 我们的现状和问题 越来越复杂的流程 流程规范的核心功能 从活动分析开始 发现关键价值  
点 剔除冗余的环节 制度的固化与流程意识第七章 终端价值挑战——当消费者成为企业经营的主导力  
量 企业主权的终结 消费者的话语权 “近发达”经济体下的消费者 经营管理者的使命 重新梳理管理  
导向 从客户开始，回归客户 贯穿始终的客户价值 趋势：与客户结盟 组织的柔性：随需而变第八章  
创造力桎梏——企业严峻的创造力挑战与出路 创造力经济 组织中的保守力量 保守的管理者“联队”  
对“失败”的严厉态度 畏首畏尾的经营者 第一个吃螃蟹的人 制度性保障 面向明天的管理第九章 威  
权管理的坍塌——个体自主化的管理挑战 工人的觉醒 知识工人的自由度 管理者对自主化的抵触 正  
视企业成长的需要 多大的自由是适度的？

多样化的人事政策 从雇员到有限伙伴 松散雇员的联系纽带 管理者也要管理 从成果效益看待管理第  
十章 组织的软环境——基于价值观的领导力 未来的领导者 一般管理者的领导力 管理的意识形态功  
能 企业家精神和企业精神 从人格力到头脑品质 新型的组织内部关系 文化：绝非可有可无 从价值共  
识开始的契约 从业绩创造看待共识 杠杆效应：价值观传递法则后记

## <<大误区>>

### 章节摘录

第一章 非确定性管理——动荡环境中的企业 企业的新现实 现在的企业界对变化——包括经营性的局部或整体变革，讨论得很多，这些讨论涉及各个层面，包括企业战略、具体经营管理活动等，其中一个显著的原因显然是过去两年经济危机在经营管理者心理上造成的压力。

但是，还有一个不明显的原因很少有人真正去研究和体会，即大多数管理者在经营管理活动中逐渐发现，过去某些自以为正确的经营管理思想和管理行为——尽管这些思想和行为在过去可能创造了较具竞争力的经济成果，但在当下却变得越来越不合时宜。

例如，不少企业在过去很多年里一直强调成本管理，并通过领先的成本优势占领市场。

这几乎就是中国企业过去一些年里的缩影。

今天呢？

成本管理仍然很重要，但成本领先的企业也极有可能是最先失去市场的企业。

昨天，我们可能强调质量，但今天对质量的要求已是截然不同的层次。

这些截然不同的状态是怎么发生的，我们应该如何应对这种变化？

假如我们对这个问题不假思索，将极有可能失去企业未来生存和发展的能力——这正是我们这本书要讨论和解决的问题。

&hellip;&hellip;

<<大误区>>

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>