

<<管理的36个不等式>>

图书基本信息

书名：<<管理的36个不等式>>

13位ISBN编号：9787513004725

10位ISBN编号：7513004722

出版时间：2011-6

出版时间：知识产权出版社

作者：陈建成，李华晶 主编

页数：189

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>

## &lt;&lt;管理的36个不等式&gt;&gt;

## 前言

当今世界，发展快速，变化莫测。  
寻求规律，符合趋势，追求和谐，在推动社会进步中体面劳动，受人尊重，活得有尊严，幸福指数高，已成为社会和个人发展与生存的理想。  
为了理想，不仅需要智慧引领、科学发展，更需要思维创新、科学管理。  
管理的重要『生已不言而喻。

丰富的管理，是创新理论与生动实践相互促进的结果。  
也正是管理理论与管理实践的相互促进，不仅推动着经济社会的迅速发展，也促进了管理学和管理实践自身的不断进步。  
管理学是对管理实践的抽象概括，但绝不是对管理实践的晦涩总结。  
每个时代都有自己的管理语言，随着时代变迁和管理环境的变化，凝聚着对未来真知判断的管理理论也将不断被更新并赋予更新内涵。

管理学的最大特点莫过于实践性。  
如何从管理实践中的具体实例出发，抽离出管理学普遍性和规律性的核心要义，并以简明生动的体例和流畅的语言加以阐释，促使更多的人更广泛、便捷地了解、应用管理知识，是管理学人的一项重要责任，也是彰显管理学生命力的重要方式。

遵循这一愿景，利用两年左右的时间，凭借多年管理学教学科研的积累，我们完成了《管理的36个不等式》的编写工作。

本书不求高屋建瓴，也无意微言大义，只是想体现三个特点：一是“新”；  
我们结合近年来管理学的新发展，尽量搜集新的案例，用全新的“不等式”体例，归纳出36条重要的管理理念，辅之以名人经典语录，期冀从形式到内容趣味性、知识性和学术性兼得，力求使入耳目一新。

二是“准”；  
管理学是一门艺术，也是一门科学，其要义精粹绝非市井戏说可至。  
我们从管理学的基本理论出发，在对所选案例进行认真分析的基础上，准确全面地反映案例中涉及的管理学知识要点，进而概括升华为具有普适性的一般原理，力求切中要义；三是“精”。

管理学知识体系纷繁庞大，面面俱到或泛泛而论，恐非一册书力所能逮。  
故而从拟定框架、选定案例时，我们就力求精当、要言不烦，着力把管理学中比较核心、管理实践应用频率比较高的知识展现出来，以便让读者以尽量少的时间，掌握管理的真谛和奥妙。

本书由陈建成、李华晶主编，并完成全书的框架设计、统稿、定审和送审工作。  
北京林业大学经济管理学院行政管理学科方宜亮等硕士研究生参与了本书的资料查找和初稿撰写，付出了辛勤劳动，具体分工为：杜婧（不等式1~4）、杨晓东（不等式5、6、11、12）、方宜亮和郝荟智（不等式7~10）、赵俊萍（不等式13~16）、乔依杨（不等式17、18、29、30）、徐洋宁（不等式19~21）、肖玮玮（不等式22~24）、王鹏（不等式25~28）、李慧（不等式31~33）、胡庆淑（不等式34~36）。

知识产权出版社的国晓健编辑为本书出版倾注了大量心血。  
本书在成稿过程中，参考了大量相关资料，在此对文献作者一并表示感谢！  
纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行。

管理的理论来源于实践，但更要和新的实践活动相结合。  
实践飞速发展，结合需要智慧，用智慧引领管理理论不断深入，用实践促使管理艺术不断升华。  
本书的很多观点也并非不刊之论，我们将不断根据发展变化的实践，作进一步深入地研究。  
对于书中的谬误失当之处，还恳请广大读者不吝指正。

主编 2011年3月

## <<管理的36个不等式>>

### 内容概要

《管理的36个不等式》结合近年来管理学的新发展，从管理学的基本理论出发，搜集并分析了大量的管理新案例，准确全面地反映案例中涉及的管理学知识要点，进而概括升华为具有普适性的一般原理，在此基础上用全新的“不等式”体例，力求精当简练地把管理学中比较核心、管理实践应用频率比较高的知识展现出来，从而归纳出36条重要的管理理念，辅之以名人经典语录，使《管理的36个不等式》的趣味性、知识性和学术性兼得，令读者以最少的时间，掌握管理的真谛和奥妙。

## <<管理的36个不等式>>

### 书籍目录

#### 第一篇 沟通

- 1 怎么说&gt;说什么
- 2 小喇叭&gt;大广播
- 3 差异管理&gt;一视同仁
- 4 尽在不宣&gt;千言万语
- 5 回音壁&gt;发令枪
- 6 肉夹馍&gt;三明治

#### 第二篇 激励

- 7 开小灶&gt;大锅饭
- 8 创造满意&gt;消除不满
- 9 相对值&gt;绝对值
- 10 赞扬&gt;升职
- 11 怎么做&gt;谁来做
- 12 藏起来的&gt;看得见的

#### 第三篇 领导

- 13 信&gt;疑
- 14 软要素&gt;硬条件
- 15 大拇指&gt;食指
- 16 潜移默化&gt;三令五申
- 17 将来时&gt;过去时
- 18 似有若无&gt;牵马执鞭

#### 第四篇 团队

- 19 蚂蚁&gt;大象
- 20 高门槛&gt;大房子
- 21 千里眼&gt;顺风耳
- 22 三个臭皮匠&gt;一个诸葛亮
- 23 全力以赴&gt;一哄而上
- 24 错落有致&gt;遍地开花

#### 第五篇 变革

- 25 细节&gt;形式
- 26 创业元老&gt;空降部队
- 27 运动员&gt;啦啦队
- 28 火药味儿&gt;一潭死水
- 29 幸福感&gt;生产率
- 30 过程&gt;结果

#### 第六篇 创新

- 31 千变万化&gt;一如既往
- 32 深度&gt;速度
- 33 出奇制胜&gt;人海战术
- 34 成长&gt;成名
- 35 学习&gt;复制
- 36 画饼&gt;充饥

## &lt;&lt;管理的36个不等式&gt;&gt;

## 章节摘录

4 尽在不言 千言万语 一、引导案例 案例1：戴维开了一家小型工厂，因为自己忙于产品销售，结果工厂疏于管理，致使效益极低。

这天，戴维正为此事烦恼，突然传来一阵敲门声，原来是厂里的几位中层干部。

他们曾多次跟戴维提出，他们水平有限，如果要想将工厂经营好，必须再请一位大师级的管理人员才行。

为了工厂的利益，戴维只得点头答应了。

几天后，戴维便将一位大师级的管理人员带了回来。

管理大师一进工厂，他的一言一行便受到了全厂工人的密切关注。

管理大师的穿着极其普通，并且待人也极其和善，跟每一个见面的人都点头微笑，只是话语极少，他总是用自己的行动来代替讲话。

每天早晨，管理大师起得比任何人都要早，他首先将工厂的操场打扫干净，然后进入车间，将每台机器都仔细地擦拭一遍，再然后，他会将每一个员工的座椅和生产工具都擦拭干净。

管理大师的行动在员工中产生了强烈的反应，不但是普通员工，就是那些中层干部也感到实在是太丢脸了，居然让管理大师亲自来为大家打扫卫生。

可是，无论大家怎么劝，管理大师就是不肯放下手中的扫把。

一连好几天，管理大师都在干着同样的工作，那就是打扫全工厂的卫生！

既然管理大师都这么毫无架子，亲自去干这些粗重活，那么其他人还有什么理由不好好工作呢？

很快，工厂的效益就上去了。

效益一天天转好，那几位中层干部也很高兴，并向戴维祝贺，祝贺他找到了一位称职的管理人员，大师就是大师，出手不凡啊，一来就将工厂的效益搞上去了。

戴维莫名其妙地问：“管理大师？”

我还没有去找啊，哪里来的管理大师？”

“这下轮到几位中层干部惊讶了：“难道那位被您带回来的不是管理大师吗？”

“戴维这下明白了：“你们说的是那位清洁工吧，那是我的一位远房表亲，他是一位农夫，因为农场现在没活干了，所以来我的工厂求一位清洁员的工作，于是我就答应他了。”

“案例2：杰尔·罗克是美国加州“巨力食品公司”市场开发部的业务主管，作为管理者，他一心想在短时间里扩大“土豆泥”的销售额，于是他给部下制定了一份“营销计划”，其中一条是要求每个部下每天必须到10~12个营销点去进行实物宣传和操作，以便确立最佳计划。

尽管下属们每天都东奔西走，四处游说，但一个多月过去了，收效甚微，于是他们开始怀疑杰尔的领导能力了。

问题出在哪儿？

原来杰尔总是习惯坐在办公室中，与总经理进行所谓的“理论与数据分析”，很少听取员工们及时提出来的修改计划的意见，殊不知在实行自己的“营销计划”时，同类的两家公司已经快速地“占领”了主要营销点，并且在产品的质量、销售方法和价格、服务等方面都占有优势，因此“巨力食品公司”毫不具备竞争力，而且摸底时间过长，所以败北。对于杰尔·罗克来说，其能力缺陷是显而易见的，就如同他的一位部下所说：“这个人只知道在办公室里坐着，而不知道怎样才能成为田径赛场上的领跑者，所以他得不到掌声，无法让大家点头。”

“显然，杰尔的表现无法让员工满意，并且导致项目失败，原因在于他对所有的计划并不身体力行，光说不练自然无法赢得员工的敬重与追随。”

二、不等式解析 俗话说“千言万语尽在不言中”，在企业管理当中我们将他倒过来用，强调“尽在不言中”优于“千言万语”。

管理者多一些“事必躬亲”；少一些“口号”，那么员工就会想连领导都做了，我们有什么理由不执行呢？

## &lt;&lt;管理的36个不等式&gt;&gt;

这样的“执行力”当然“一切尽在不言中了”。

对管理者来说，凡是自己做不到的事情，不能要求别人去做。

否则就不会赢得部下的尊重和信任。

领导者的另一个特质就是，各级管理者必须以身作则。

作为一个经理人，这是非常重要的原则。

以身作则不是整天在下属面前唱唱口号就可以了，真心实干永远比口号更重要，且更能让你的员工钦佩有加。

在企业中，如果管理者能够率先垂范、以身作则地工作，那么这种热情和精神就会影响其下属。

可以说，管理者的榜样作用是具有强大感染力和影响力的，是一种无声的命令，对员工的行动是一种极大的激励。

相反，如果坐而论道，电话里问情况，材料里找根据，是无法把工作搞好的。

在企业发展过程中，管理者只有身先士卒、敬业爱岗、严于律己、带头把企业提倡的先进理念付诸行动，才会激发员工的工作积极性，使员工全身心地投入到工作中去。

管理者的带头行为、模范人格，是鼓舞士气、攻克难关的有效精神武器。

“因为我们从来没有到篮球场上亲自去投篮。

“前两年，迈克尔·戴尔——戴尔公司的创始人，在接受一位记者采访时用一段通俗易懂的话说明了企业运营中的关键所在：“你看过乔丹投篮吗？

我们都看得很清楚，我们也知道该怎样做。

可是我们就是做不到。

为什么？

因为我们从来没有到篮球场上去亲自投篮！

“《尚书》云：非知之艰，行之惟难。

同迈克尔·戴尔所讲的一样，阐述的都是“知易行难”的道理。

“知道固然重要，但“执行”却是最关键的问题！

执行决定着成败！

在很多企业，很多人都知道在做某件事上按照制度和流程“应该如何如何”，但在实际行动中，却又是另一种行为，这时最常见的解释就是“因为如何如何”。

想当然和无数理由以及借口已成为执行力衰减的源泉。

在如何去让执行者按照流程和制度做事上，很多管理者本身缺少真正的身体力行！

正因如此，同优秀企业相比，自己没有任何竞争优势！

电视剧《亮剑》曾在观众中引起很大轰动。

剧中主人公八路军团长李云龙每次冲锋陷阵都跑在最前面，指战员们很为他的安全担忧。

李云龙却回答说：“如果我不冲锋在前，那么战士们又有谁会勇猛作战呢？

“他正是以这种激情去影响着每一个战士。

管理者能身先士卒，以积极正确的示范作导向，就可以调动员工的积极性，激发他们努力向上的干劲；反之，管理者持一种消极、观望的态度，只能削减员工的工作热情，对企业的发展前途失去信心。

由此可见，管理者的行为对下属的激励作用是多么的巨大，甚至比言语和舆论的作用大得多。

也正如俗语所说的：“上梁不正下梁歪”，“强将手下无弱兵”。

领导的表率作用永远是激励员工的最有效方法。

在现实生活中，有些管理者对于一些小事不屑一顾，以为只要把大事抓好就行了，其实这种认识是片面的，因为这些小事的影响并不小。

再说要做到这些并不需要管理者花多大心思，有时就是举手之劳，便可产生巨大的效果，何乐而不为呢？

话又说回来，管理者的实干精神并不是故意做给人看的。

这些举动应是他们思想本色的体现、一贯作风的反映。

只有展示自己的真实面貌和形象，人们才会心悦诚服，才能产生积极的作用，如果当面一套，背后一

## <<管理的36个不等式>>

套，一旦被人发现，他们在员工心目中的形象就会黯然失色。

三、小结 管理者不可能时时刻刻地盯着下属，关键是加强下属的自我管理。

但这里有一个前提，就是领导者首先要做好自我管理，成为下属的榜样，变“照我说的那样去做”为“照我做的那样去做”。

想做好、想执行到位，除了“亲自到篮球场上去投篮”、做出好的示范外，没有其他更好的办法，所以我们倡导管理者要身先士卒，干部带头。

……

## <<管理的36个不等式>>

### 编辑推荐

《管理的36个不等式》结合近年来管理学的新发展，尽量搜集新的案例，用全新的“不等式”体例，归纳出36条重要的管理理念，辅之以名人经典语录，期冀从形式到内容趣味性、知识性和学术性兼得，力求使入耳目一新。

从管理学的基本理论出发，在对所选案例进行认真分析的基础上，准确全面地反映案例中涉及的管理学知识要点，进而概括升华为具有普适性的一般原理，力求切中要义。

<<管理的36个不等式>>

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>