

<<每天读点管理学>>

图书基本信息

书名：<<每天读点管理学>>

13位ISBN编号：9787548402732

10位ISBN编号：7548402732

出版时间：2011-3

出版时间：哈尔滨

作者：王海源//薛旭光

页数：495

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>

<<每天读点管理学>>

内容概要

管理是什么？

说白了，管理就是“切入到应该让别人去干什么，并注意他们如何用最好、最经济的方法去干”。

管理这个词说起来很简单，但真正的管理做起来却很难，这几乎是每个管理者都会抱怨的。

从古至今，不知与多少企业因为管理不善而走向失败。

当然也有很多企业管理得当，活得了巨大的成功。

《每天读点管理学：管理者不可不知的365个管理定律》讲述的就是这些因管理得当而获得成功的企业。

每天读点管理学：管理者不可不知的365个管理定律从国内外的管理原理出发，阐述了成功企业在管理方面的高明之处。

从各个精彩的小故事中学到管理的大道理，这就是本书的精髓所在。

书籍目录

PART 1 企业管理者如何定位自身，以策实施贝尔纳效应横山法则赫勒法则白德巴定理波特定律杜嘉法则等待效应身体语言怀特定律和谐定理激励倍增法则吉尔伯特定律柯维定理雷鲍夫法则牢骚效应洛克忠告麦克莱兰定律马斯洛理论南风法则破窗效应皮京顿定理秋尾法则洛克定律斯坦纳定理头鱼理论威尔逊法则翁格玛丽效应武器效应野鸭精神座椅舒适感温德定律阿伦森效应杜根定律古狄逊定理霍桑效应霍布森选择效应苛希纳定律布利斯原则马太效应史坦普定理托利得定理最高气温效应试点效应权威暗示效应皮阿特法则克里夫兰法则例外原则特伯论断卡蒂埃定理套裁效应戴伯尔法则戴伊法则托宾法则列文定理无折扣法则标签效应磁力法则成事定理决策合理性法则博尔斯定理搬铁块试验古特雷定理基多夫定理艾德华定理艾科卡用人法则出丑效应倒金字塔管理法经验的逻辑推理效应强手法则踢猫效应奥巴特定律威斯考特定律PART 2 如何打造一个完美团队蝴蝶效应阿尔布莱特法则杯子理论弗洛斯特法则反馈效应海潮效应乔布斯法则特雷默定律韦尔奇原则自我选择效应大荣法则德尼摩定律光环效应酒与污水定律卢维斯定理米格—25效应凝聚效应披头士法则史提尔定律蚁群效应自我参照效应跨栏定律大成功法则孙正义论断安慰剂效应拜伦法则格瑞斯特定理雁阵效应汤水效应木桶原理花生试验暗示效应过度学习效应双木桶理论弗里施法则克里奇定理同仁法则PART 3 高管、中层、员工共存问题解决法贝尔效应齐加尼克效应特里法则目标置换效应布朗定律皮格马利翁效应感情效应人性定理苏东坡效应希望效应约翰逊效应吉史德菲忠告伯恩斯定律权威效应超限效应杜利奥定理多看效应手表定律跳蚤效应蜕皮效应韦特莱法则异性心理PART 4 “微机”动力源，给自己创造机会蓝斯登定律蔡戈尼效应感觉剥夺试验共生效应吉格勒定理蓝柏格定理保龄球效应布利斯定理坏苹果法则社会惰化效应同群效应责任分散效应PART 5 在合作与沟通中寻求生存邦尼人力定律竞争优势效应拉锯效应名片效应首因效应失真效应舍恩定理蟑螂效应克林纳德法则卡耐基法则克罗普顿定理沃兹沃思法则菠菜法则拆屋效应登门坎效应狄伦多定律肥皂水效应费斯诺定理沟通的位差效应管理沟通论杰亨利法则近因效应奥狄思法则欧弗斯托原则玛丽法则不值得定律思维的定势效应长鞭效应从众效应沟通无限论乔治定理夏皮罗法则贝勃定律比林定律古德曼定理尼伦伯格原则PART 6 企业组织流程要做“一条龙”阿姆斯特朗法则氨基酸组合效应垃圾桶理论蘑菇管理定律鲇鱼效应奥卡姆剃刀定律螃蟹效应帕金森定律坠机理论阿什法则攀比效应PART 7 把握企业市场，与顾客链接生鱼片理论沃尔顿法则虚荣效应鱼缸理论雅格布斯定理自来水哲学本田定理定位法则杜邦定律250定律反暗示效应凡勃伦效应费斯法则果子效应哈默定律拉图尔定律莫斯科定理阿尔巴德定理斯通定理麦吉尔定理哈威特法则跷跷板效应推土理论吊胃口效应阿塔维定律项链定律范希尔定理艾奇布恩定理冰淇淋哲学长尾理论达维多定律羊群效应理论边际效应PART 8 决策企业，开辟荆棘之道互惠关系定律奥美原则福特法则赫克金法则格雷定理曼狄诺定律过度理由效应黑洞效应快鱼法则冒进现象毛毛虫效应孤峰原理坎特法则波特法则灯塔效应猴子大象法则皮尔斯定律王永庆法则智猪博弈理论布利丹效应半途效应多米诺骨牌效应达维多夫定律擦补丁效应飞轮效应鸟笼效应棘轮效应反木桶原理巴菲特定律儒佛尔定律史华兹论断拥有效应因果定律鸵鸟政策沙垂定律甘佛勒定理布里特定理班德定理沃尔森法则延迟满足试验咸鸭蛋理论PART 9 准备好策略应付企业成败比伦定律柏林定律箍桶理论海恩法则吉格定理卡贝定律鲁尼恩定律墨菲定律王安论断150定律豪利定律帕斯卡尔论断席尔法则隧道视野效应罗杰斯论断懒蚂蚁效应犬獒效应格鲁夫法则史密斯原则PART 10 企业概括性法则，要从全面做起优势富集效应马蝇效应金鱼缸效应梅考克法则纳尔逊原则青蛙法则80：20法则卡尔岑定理末位淘汰法则热炉法则柔性管理法则森林效应声誉磁场铁钉效应詹森效应里杰斯特论断

<<每天读点管理学>>

章节摘录

版权页：人才是企业发展的第一战略资源，人才资源开发是其他一切资源开发的决定性因素。

贝尔纳效应运用到企业的管理中其实就是：企业的发展以经营人才为主。

韦尔奇作为通用公司的CEO，十分重视人才经营。

他把经营“人”放在第一位，把通用公司称为“生产人的工厂”，把《韦尔奇自传》第十一章的标题定为《人的企业》。

他在文中谈道：“我尤为注重把人作为GE的核心竞争力，在这一点上我倾注了比其他任何事物都多的热情。

”“我们造就了了不起的人，然后，由他们造就了了不起的产品和服务。

” 韦尔奇认为，好的人才首先是精力旺盛的人，充满活力，可以调动别人的激情。

调动别人的积极性；好的员工还是那种在工作中不光是自己做得好，还能激励他人做得更好的人；他们要有一些优势，这些优势非常明显，很容易被判断出来；有决策勇气，要能决策、会决策，除了决策还要能落实决策。

所有这些品质是你需要找的人所必备的品质。

但是，这样的人不容易找，不见得一下子就能找到。

对韦尔奇来说，发现合适的领导人是最重要的。

在1997年1月高级经理参加的执行经理会议上，他向500名高级经理发出恳切的号召，要求管理者们要保持在A级，要讲求团队精神，要服从公司的价值观。

同时他决定要去除那些没有融入到通用电气的价值观中的、没有什么正事干的经理，把他们划分到C级领导人。

至于B级领导人，他想再给他们一些时间让他们继续前进。

“我们花太多工夫去使C级领导人转变为B级领导人，这是一种枉费力气的工作。

把C级员工扔到B级或C级公司里，他们能干得不错。

在今年的C级会议上我们不仅将检阅A级领导人，而且要评价一下C级的不胜任。

我们是超一流的公司，我们只想要A级的员工，我们能得到任何我们想要的人。

为你没发现那些不是最好的而羞愧吧！

好好使用最好的员工，给他们以回报，提升他们，付给他们好的报酬，给他们更多的机会。

不要花太多时间使C级转变为B级，早点把他们剔除，这就是贡献。

” 韦尔奇认为，现代企业处在一个大变革的时代。

在变革中，企业领导者首先要了解员工是否能胜任他的岗位。

韦尔奇在对每一个员工的评估上花了很多的精力。

而且在对员工的培训上也下了一番工夫。

企业经常对员工进行各种培训，让员工不断增长新的知识，但是要做到和公司一起成长是不容易的。

韦尔奇认为，让员工和企业一起成长，注重员工的培训是可行的方法之一。

韦尔奇非常注重员工培训。

在位期间，他亲自到员工培训现场去。

每月平均去12到15次，每次差不多都要待五六个小时。

但他关心的不是培训中心课程设计等琐碎问题，他利用这五六个小时去接触集团的中层领导，并把集团高层的最新决策及时传达给他们，看他们如何反馈，然后采取不记名调查的方式问一些关于公司非常现实的问题。

而不是问他们是否喜欢食堂的饭、停车位够不够等问题。

要问公司是不是成功。

问公司是不是在身体力行，言行一致，这样有助于把握公司的脉搏，对公司有更多、更深刻的了解。

韦尔奇认为：CEO应该重视人才的培养，不要搞花架子，尤其是管理层培训。

他说，企业在挑选人才时，通常没有非常理想的方法。

<<每天读点管理学>>

媒体关注与评论

用人不在于如何减少人的短处，而在于如何发挥人的长处。

——著名管理学家 彼得·德鲁克质量是维护顾客忠诚的最好保证。

——通用电气前CEO 杰克·韦尔奇大成功靠团队，小成功靠个人。

——世界首富 比尔·盖茨管理就是沟通、沟通、再沟通。

——通用电气前CEO 杰克·韦尔奇不创新，就灭亡。

——福特公司创始人 亨利·福特管理就是决策。

——美国著名管理学家 赫伯特·西蒙把一件简单的事做好就不简单，把每一件平凡的事做好就不平凡。

——海尔公司总裁 张瑞敏用他，就要信任他；不信任他；就不用用他。

——“松下电器”创始人 松下幸之助

<<每天读点管理学>>

编辑推荐

《每天读点管理学:管理者不可不知的365个管理定律》：国内外管理原理实战应用。

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>