

# 《德鲁克思想的管理实践》

图书基本信息

# 《德鲁克思想的管理实践》

## 内容概要

德鲁克是对商业产生最大影响的思想家，他开启了现代管理学，他的思想持续影响全球无数的商业领袖。他把对组织的敏锐观察，浓缩为极其简单的语言。

德鲁克首先解释了分权、外包、知识工作者的兴起、关注客户、高管薪酬无限制增长甚至全球金融危机等概念。

尽管德鲁克以思想家和创意家著称，但是他的教诲中，“道”层面内容相较于“术”层面的解释，更加流行。本书以德鲁克的全部著作为基础，挖掘提炼40种解决现实问题的方法。

在简洁明了的章节中，本书从德鲁克的许多著作和咨询中提取实践智慧，它们必将对当下和未来的组织产生深远影响。

# 《德鲁克思想的管理实践》

作者简介

## 书籍目录

致中国读者

推荐序一

推荐序二

前言

### 第一部分 人

第1章 通用的商业伦理 // 2

第2章 德鲁克谈员工参与度 // 8

第3章 德鲁克最推崇的领导力著作 // 15

第4章 领导力的七宗罪 // 22

第5章 自我发展的三项基本原则 // 29

第6章 通过鼓舞人心来推动公司向前发展 // 35

第7章 最重要的领导力决定 // 41

第8章 德鲁克与英雄式领导力 // 47

第9章 人所共知者皆为谬误 // 53

第10章 威力来自诚信 // 59

第11章 人的力量是无穷的 // 66

### 第二部分 管理

第12章 好的管理者不担心失去工作 // 74

第13章 事半功倍亦有可能 // 80

第14章 办公室政治的应对之道 // 84

第15章 第一原则，不作恶 // 90

第16章 如何避免失败 // 97

第17章 质量不能由你来想象 // 103

第18章 执行过程中必须有所控制 // 110

第19章 适时推出正确举措 // 117

第20章 如何做一个管理上的预言家 // 125

第21章 有所担当，有所行动 // 132

### 第三部分 营销与创新

第22章 营销与推销一定水火不容吗 // 140

第23章 严重的营销五宗罪 // 146

第24章 正确的战略无法公式化 // 153

第25章 德鲁克关于企业家式营销的四种方法 // 160

第26章 以正确的方式方法来作市场研究 // 166

第27章 贿赂客户须审慎 // 173

第28章 没有不理性的客户，只有不理性的营销者 // 179

第29章 绝妙创新从何而来 // 185

第30章 德鲁克的放弃理论 // 190

第31章 供应学派创新的神秘之处 // 196

### 第四部分 组织

第32章 企业的目的不是赚取利润 // 202

第33章 社会责任是一种双赢 // 209

第34章 企业有且只有两个职能 // 216

第35章 无知也有价值 // 222

第36章 危急时刻，组织该如何应对 // 227

第37章 管理好一个组织的终极要求 // 234

第38章 领导力是个“营销活儿”吗 // 239

第39章 必须明了己之所长 // 246

第40章 德鲁克最有价值的训诫 // 252  
注释 // 258

# 《德鲁克思想的管理实践》

## 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：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)