

《哈佛MBA经典课程大全集》

图书基本信息

书名：《哈佛MBA经典课程大全集》

13位ISBN编号：9787502838508

10位ISBN编号：7502838503

出版时间：2011-4

出版社：地震

作者：彭正强

页数：466

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

前言

MBA是英文Master Of Business Administration(工商管理硕士)的简称,而其中文简称为“工管硕”。工管硕被商业界普遍认为是晋身管理阶层的一块敲门砖。现今不少学校为了开拓财源增加收入,都与世界知名的大学商学院学术合作,销售他们的工商管理硕士课程,其中以哈佛商学院最为国人熟知。哈佛MBA是世界上最热门、最有价值的学位之一,每年都有数以千计满怀希望的莘莘学子跨入哈佛商学院的大门。自哈佛大学1910年首创MBA学位以来,便一直深受工商界的青睐。拥有MBA学位的人被视为工商界薪水最优与最受尊重的人。据统计,哈佛商学院刚毕业的MBA的平均年薪都在10万美元以上。除此之外,由于MBA的价值得到了工商业界的普遍认可和推崇,MBA在工商界往往比其他专业毕业生有更多的机会。美国《财富》杂志对美国500家最大工业企业和50家金融公司与商业银行的抽样调查表明:这些公司的最高层领导中,1/4受过MBA教育;高层主管中,有过MBA背景的不尽其数。几十年来,他们所经营和管理的企业,成为全美乃至世界的声名卓著、资产雄厚的超级企业。仅以哈佛商学院为例,其60%的MBA毕业生就职于全美最大的1000家大公司。因此,攻读MBA,被视为进入了最快获取名利成就的捷径;获得了MBA学位,等于步入了职位晋升的坦途。哈佛MBA的就业领域集中在管理咨询业和投资银行业,这两个行业的毕业生比例一般超过50%。由于哈佛MBA学位的炙手可热,哈佛商学院几乎成为全美商学院最难申请入学的,从1998年的统计来看,录取人数占申请人数的比例只有13%,平均每8个申请者才录取1名学生。MBA学位是一种注重复合型、综合型人才培养的学位,是能力培养重于知识传授的学位。它教授的是面对实战的“管理”,而不是注重研究的“管理学”,技巧和思维的培养重于理论分析能力。它要求其毕业生有一定的实践经验和管理经验(应变能力、预测能力、综合能力、组织能力等)。其课程内容涉及管理类、经济学类、金融类、财务类,等等。本书正是选取哈佛MBA的经典课程,希望为读者提供尽可能多的知识精华。本书分为五篇,分别是总经理篇、营销篇、沟通篇、工商管理篇、财务总监篇。每篇四章,选取最为重要的知识点,希望能够使读者从中受益。由于哈佛MBA课程涵盖范围甚广,一本书很难涉及全部知识,我们只能选取一些有代表性的理论及事例,不足之处敬请谅解。

《哈佛MBA经典课程大全集》

内容概要

《哈佛MBA经典课程大全集》内容简介：MBA是英文Master Of Business Administration（工商管理硕士）的简称，而其中文简称为“工管硕”。MBA学位是一种注重复合型、综合型人才培养的学位，是能力培养重于知识传授的学位。它教授的是面对实战的“管理”，而不是注重研究的“管理学”，技巧和思维的培养重于理论分析能力。它要求其毕业生有一定的实践经验和管理经验（应变能力、预测能力、综合能力、组织能力等）。其课程内容涉及管理类、经济学类、金融类、财务类等等。《哈佛MBA经典课程大全集》正是选取哈佛MBA的经典课程，希望为读者提供尽可能多的知识精华。

书籍目录

第一篇 总经理篇第一章 做一名成功的总经理 第一节 总经理的特质 / 2 第二节 领导能力九大经典自然法则 / 4 第三节 无与伦比的领袖气质 / 8 第四节 总经理要善于内省 / 10 第五节 面对错误, 勇于承担 / 11 第六节 是老板, 也是普通人 / 13 第七节 赢得下属信任的基本原则 / 14 第八节 妥善处理员工间的纠纷 / 15 第九节 利用个人影响力树立权威 / 17 第十节 与员工保持适当的距离 / 19第二章 实行有效的目标管理 第一节 明确的目标是企业走向成功的基础 / 21 第二节 成本控制是关键 / 25 第三节 对员工进行目标管理 / 26 第四节 建立工作目标档案 / 29 第五节 制定项目计划 / 30 第六节 编制计划的基本步骤 / 33 第七节 编制计划的具体方法之一——滚动式计划法 / 34 第八节 编制计划的具体方法之二——PDCA计划 / 35 第九节 填平战略目标与日常运作间的鸿沟 / 36 第十节 高层战略与基层行动完美结合 / 38 第十一节 化整为零, 落实目标 / 39第三章 高效工作 第一节 计划好你的时间 / 42 第二节 现实地估算时间 / 46 第三节 “一分钟管理”技巧 / 49 第四节 提高工效是经理人的首要任务 / 51 第五节 效率提高10%的秘密 / 56 第六节 立即行动, 拒绝拖延 / 58 第七节 努力成为你所从事专业的内行 / 61第四章 引领时代 第一节 总经理的创新意识 / 64 第二节 强化创新意识 / 65 第三节 适应全新思维 / 66 第四节 具备创造未来的能力 / 68 第五节 及时更新管理思想 / 69 第六节 不断创新, 进入新的高度 / 73 第二篇 营销篇第五章 顾客是上帝 第一节 服务意识 / 78 第二节 顾客中心模式 / 79 第三节 以顾客为中心的具体措施 / 82 第四节 做顾客的最佳听众 / 84 第五节 顾客至上 / 86 第六节 让顾客充分了解你 / 89 第七节 诚信为本 / 90 第八节 以顾客为中心 / 94 第九节 回头客是企业生存之道 / 96 第十节 提高顾客满意度 / 101 第十一节 实现企业与顾客间的双赢 / 105第六章 价格竞争与定价 第一节 制订多元化定价目标 / 108 第二节 利润目标的定价方法 / 109 第三节 市场目标的定价方法 / 112 第四节 信誉目标的定价方法 / 115 第五节 薄利多销定价策略 / 116 第六节 厚利限购定价策略 / 116 第七节 阶段性定价策略 / 117 第八节 产品组合定价策略 / 119 第九节 折扣定价策略 / 120 第十节 差别定价策略 / 121 第十一节 心理定价策略 / 122 第十二节 名牌定价策略 / 123第七章 打造精英销售团队 第一节 建立评估标准, 提高销售业绩 / 127 第二节 评估销售效率的关键因素 / 128 第三节 多标准进行绩效评估 / 129 第四节 做一名销售领袖 / 130 第五节 战胜胆怯, 赢得订单 / 133 第六节 如何把自己塑造成销售精英 / 136 第七节 赢得大订单, 要靠大客户 / 138 第八节 为顾客提供充分而适当的信息 / 141 第九节 成功开发潜在客户的圣训 / 144第八章 适应营销新形势 第一节 超前行动, 把握机会 / 147 第二节 制定市场营销计划 / 148 第三节 正确的市场营销策略, 使收益最大化 / 151 第四节 选择适宜的分销渠道 / 156 第五节 调整策略, 方能摆脱被动 / 160 第六节 避免营销的误区 / 164 第七节 蓝契斯特法则 / 167 第八节 直面客户, 实现无店铺销售 / 170 第三篇 沟通篇第九章 沟通技巧 第一节 沟通的类型 / 176 第二节 口头信息沟通 / 177 第三节 书面信息沟通 / 177 第四节 非语言沟通 / 178 第五节 沟通在管理中的作用 / 180 第六节 培养沟通基本技能 / 181 第七节 协调人际冲突的策略 / 182 第八节 沟通方式的重大转变 / 183第十章 如何通过有效沟通增进了解 第一节 共同点是有效沟通的前提 / 185 第二节 精心遣词, 悉心表达 / 188 第三节 巧妙地给对方施压 / 190 第四节 充分使用正式沟通媒介 / 192 第五节 利用非正式信息沟通作为补充 / 194 第六节 注意把握对话的原则 / 195 第七节 确保信息及时被对方接收和领会 / 197 第八节 有效的沟通与交流是企业生存和发展的基础 / 200 第九节 建立沟通制度 / 202 第十节 信息共享 / 207第十一章 谈判基本策略 第一节 商务谈判的特点 / 209 第二节 商务谈判的基本原则 / 212 第三节 了解谈判的风格和方法 / 215 第四节 利用自身的优秀品质 / 216 第五节 成大事先突破障碍 / 220 第六节 成功谈判的黄金法则 / 222 第七节 选人 / 226 第八节 谈判前的准备工作 / 228 第九节 制定可行性方案 / 231第十二章 谈判中的实战技巧 第一节 漫天要价 / 236 第二节 虚与委蛇 / 237 第三节 中途换人 / 239 第四节 “切香肠”策略 / 240 第五节 出其不意 / 241 第六节 投石问路 / 242 第七节 有针对性地“迎头痛击” / 243 第四篇 工商管理篇第十三章 质量决定一切 第一节 全面质量管理 / 250 第二节 赢得顾客靠的是优质产品与服务 / 251 第三节 建立公司的质量改进计划 / 253 第四节 全员参与质量管理 / 254 第五节 选择正确的质量工具 / 256 第六节 学习同行的先进经验 / 259 第七节 稳健设计, 更新观念 / 261 第八节 6S品质管理 / 263 第九节 创新质量管理模式 / 267第十四章 走出经营困境 第一节 预见危机, 防患于未然 / 270 第二节 选择时机, 压缩经营规模 / 272 第三节 减时加薪, 摆脱困境 / 274 第四节 发动全员, 共渡难关 / 275 第五节 调整侧重点, 化解通胀压力 / 278 第六节 放弃眼前的利益摆脱危机 / 280 第七节 合并增强实力, 摆脱经济危机 / 283 第八节 果断决策, 应对突发事件 / 284 第九节 危机时期的成

本控制 / 286 第十节 依靠创造力进行营销 / 289 第十一节 摆脱危机阴影，重现生机 / 293 第十五章 贯彻以人为本的理念 第一节 充分授权 / 296 第二节 采用海豚式管理模式，充分尊重下属 / 299 第三节 采用优秀的管理原则 / 300 第四节 改善工作环境，提高效率 / 303 第五节 内部公关，让员工树立主人翁意识 / 305 第六节 注重团队的力量 / 307 第七节 进行卓有成效的团队管理 / 308 第十六章 创造企业文化，传承企业精神 第一节 企业文化调动员工积极性 / 313 第二节 标准、价值、信仰决定绩效 / 315 第三节 连贯的经营理念是企业发展的关键因素之一 / 317 第四节 弘扬企业精神 / 318 第五节 建设特有的可识别的企业文化 / 321 第六节 建立信誉模式，施行信誉管理 / 322 第七节 进行企业文化变革 / 325 第五篇 财务总监篇 第十七章 薪资制度 第一节 保持均衡制度的因素 / 330 第二节 制定绩效付酬计划时应考虑的关键因素 / 334 第三节 消除传统财务会计制度的弱点 / 338 第四节 财务总监要全面把握现在状况 / 342 第五节 加强对现金流量的管理 / 345 第六节 确定企业货币资金的最佳持有额度 / 347 第七节 建立安全存货量 / 352 第八节 降低财务成本和提高质量并不矛盾 / 358 第九节 降低财务成本的途径 / 359 第十节 优化合作 / 359 第十一节 严格财务制度，防范假账和舞弊 / 360 第十二节 完善资金管理制度，加强财务监管 / 364 第十八章 资金筹集与借贷 第一节 调整资本结构，使公司价值最大化 / 369 第二节 资金筹集的综合经济效益 / 373 第三节 财务总监的职能之资金筹集 / 375 第四节 公司发展需要钱 / 376 第五节 为创业筹集足额资金 / 379 第六节 小公司筹资有招 / 381 第七节 过度负债要重视，及时调查是关键 / 383 第八节 权衡优缺点，把握数额 / 384 第九节 调整与改善公司的支付能力 / 385 第十九章 资金预算和使用 第一节 拟定详细的资金周转计划 / 388 第二节 拟定计划有技巧 / 392 第三节 确认营业费用 / 397 第四节 制定行而有效的预算方案 / 399 第五节 把预算过程当做一个计划过程 / 403 第六节 进行资本运营的战略决策 / 406 第七节 资金不足，冷静应对 / 409 第二十章 投资决策 第一节 企业投资的分类 / 416 第二节 投资决策必须遵循的原则 / 419 第三节 投资决策的常用方法 / 422 第四节 全面考虑投资项目的规模 / 426 第五节 确立资本经营思想 / 430 第六节 金融资本经营 / 436 第七节 时刻保持清醒，避开投资陷阱 / 441 第八节 寻求合作投资，扩大商品出口市场 / 446 第九节 通过并购提高对市场的控制能力 / 447 第十节 选择并购目标时必须依据的标准 / 459 第十一节 确定对并购目标进行现金收购或股票收购 / 462

章节摘录

版权页：有些拜访你的客人实际上是来聊天的，应当请他们尽早离开。逐客或者避而不见，最初你可能会感到很不好意思，但是磨磨蹭蹭，拖泥带水所带来的却是比浪费时间更坏的结果。也许因为你的直率会得罪一些朋友，但等你达到目的之后，人们便会理解你的这种做法。拒绝依赖性请示。厂长、经理们每天总是被淹没在请示、汇报之中，这种领导是可悲的。一位中型企业的经理也有过这种经历，但通过一件事情，他学会了拒绝依赖性请示。有一次，一位会计人员送给他一份关于内部控制方式的请示，请他审阅指示，做出关键性措施的决策。可是他因为忙，这份材料放了一个月也没有顾上看。当会计第三次询问他的时候，他对会计说：“我可能永远也不会有时间，你自己分析一下，提出个措施来吧。”结果，第二天会计就把问题解决了。从此，他有了个主意：把每天的工作分成两类，一类是本来就该他自己干的工作，另一类是员工“分配”给他的工作。凡属替员工做的事，不论自己有无时间，他一概拒绝，而是让来请示的员工带着问题回去，想好解决的办法再来汇报。对一些有潜力的员工，他特别花精力加以培养并调整职位，从此就把某一类问题交他负责解决。这样做的结果，公司的管理人员人人勤于动脑，提高了独立工作的能力。有计划地拖延。美国企业管理顾问艾伦·莱金在《如何控制你的时间和生命》一书中，提出了“有计划拖延”的观点。他认为，一个管理者，每天的事情很多，不可能把每件事都做完。这就需要分别轻重缓急，把事情分为三类来处理：第一类的事情最重要，第二类事情次之。所以首先要把第一、第二类事情处理好。特别要注意，最重要的事情不一定是十万火急，紧急的事情未必都十分重要。如果只按紧急程序来处理事情，就忽略了事情的轻重。如果紧急而不重要的事，则可采取分权的办法，交给属下人员去做。第三类的事情是可以“有计划拖延”的，它往往是不十分重要又不万分紧急的，如果非要用超负荷的时间与精力当天去完成它，就会疲于奔命，影响整个工作的质量和日后的整体工作节奏。“有计划拖延”与工作拖拖拉拉有着本质的区别。“有计划拖延”关键在“有计划”，而拖拉作风则是盲目散乱的“无计划”。有计划的拖延，是科学地安排和分配工作时间与精力，而无计划拖拉，则是白白耗费时间与精力。美国麻省理工学院的管理学专家摩文用了六年的时间，对美国的3000名经理级人员进行了分类调查，总结提出了“有计划拖延”的六条原则。

《哈佛MBA经典课程大全集》

编辑推荐

《哈佛MBA经典课程大全集》分为五篇，分别是总经理篇、营销篇、沟通篇、工商管理篇、财务总监篇。每篇四章，选取最为重要的知识点，希望能够使读者从中受益。由于哈佛MBA课程涵盖范围甚广，一本书很难涉及全部知识，我们只能选取一些有代表性的理论及事例，不足之处敬请谅解。哈佛MBA是世界上最热门、最有价值的学位之一。晋身商业界精英管理阶层的敲门砖！拥有MBA学位的人被视为工商界薪水最优与最受尊重的人！最给力，最全面，最经典！

精彩短评

- 1、非常新欢，很是实用！
- 2、读了几章，很不错，很有益。
- 3、内容详细 讲解清晰 很实用
- 4、还没来得季刊，手感不错，印刷也还可以，具体内容还没有办法马上评论
- 5、这本书需要很多时间来读，教程很详细
- 6、之前免费下载过电子版，看了一部分觉得很不错，买了纸质看。
- 7、挺好的，书挺厚，很受益
- 8、很好的书，思路清晰，值得收藏和学习！
- 9、书的质量很不错,在当当网上买了上千块钱的书了
- 10、（正版电子书）又是一本基本上没什么用处的书！表面上看说的很有道理，仔细想想都缺乏可操作性，只是一些概略性的常识，放下书籍仍然不知道该怎么去做！而且有一种感觉，MBA适合培养职业经理人而不是企业家，也培养不了创业家！
- 11、书的质量非常好，正版，满意
- 12、正版图书，一直在当当买，值得信赖
- 13、存货中，希望有帮助吧，期待。。。
- 14、里面有两页是半张，给个3星吧
- 15、还没看，期待精彩内容！
- 16、在家就可以读MBA了
- 17、不错，邮寄的也非常快
- 18、书看起来不错，不过还未仔细看内容，应该还好，开卷有益嘛
- 19、内容比较好，值得品读
- 20、值得读，非常厚，当工具书用吧
- 21、看不懂的人不怪你 需要查阅很多资料
- 22、内容丰富，案例分析实用性强。
- 23、非常好的书,实用,
- 24、一本自学的好书，一本让你读懂商业迅速成长的经典
- 25、每本书都还不错，用心看看还是可以学到一些
- 26、很好，积极学习
- 27、哈佛MBA经典课程大全集内容全面，值得好好学习
- 28、不错的一本好书，，，推荐给大家，
- 29、学学还是不错的啦
- 30、昨天晚上下单今天中午就到了，发的是普通快递运费5元，特快是25元，我想要是发25元特快那是有多快呢?p这是我第一次收到这么快的邮包，真的很赞产品包装的非常好
- 31、虽然工作比较忙碌，但有空时翻阅了一下，还不错~
- 32、买回来后大致翻了一下，写得还是很有意义的，一定要仔细认真的读读
- 33、看着还不错。内容正在研究中
- 34、我读工商管理的简单了解下对以后有帮助！
- 35、書中提供了很多案例理論，知識點很豐富，不錯不錯，值得一看。
- 36、众所周知，MBA是这几年全球比较追捧的课程，哈佛的更是备受瞩目，内容源自真实教程，看看有益
- 37、这本书不错 说的很详细，看完之后 值得好好研究
- 38、刚到手，还没来得及看，看起来还不错
- 39、自学的好帮手！
- 40、这本书不错！值得大家学习！
- 41、理论实际结合,好!
- 42、内容比较全！但不是太深入！
- 43、帮朋友买的，内容很全面，希望会有所收获

《哈佛MBA经典课程大全集》

- 82、冲着哈佛的名字买的，值得细细品读，去发现自己与国际顶尖MBA学子的差距，加油
- 83、适合双休办公室边做笔记读
- 84、速度很快 质量也好
- 85、很不错的一本书啊，内容很丰富。
- 86、书的质量很好，内容嘛，看看再说
- 87、推荐看这本书
- 88、MBA学位是一种注重复合型、综合型人才培养的学位，是能力培养重于知识传授的学位。它教授的是面对实战的“管理”，而不是注重研究的“管理学”，技巧和思维的培养重于理论分析能力。它要求其毕业生有一定的实践经验和管理经验(应变能力、预测能力、综合能力、组织能力等)。其课程内容涉及管理类、经济学类、金融类、财务类，等等。彭正强编著的这本《哈佛MBA经典课程大全集》正是选取哈佛MBA的经典课程，为读者提供尽可能多的知识精华。
- 89、因为想多学些管理，拿了这本书！真的很受益！
- 90、还不错哦！看起来蛮漂亮的，内容野蛮容易懂的~！
- 91、这本书不错噢
- 92、卖给朋友的 还不错
- 93、很不错的一本书，翻开看，正是如自己想要的一样的
- 94、想成为商业精英，哈佛MBA课程必看
- 95、内容太多，都是知识点，读起来米有什么趣味，跟党章的阅读感差不多.....
- 96、一直仰慕MBA，总算是买本书来读一下了
- 97、管理学一直是我喜欢的一个领域 这本书很全面
- 98、好厚的一本书，不过都是感兴趣的！
- 99、全本堆砌出来的厚度，内容空洞。无阅读价值
- 100、不错，基本涵盖了mba基本的信息。还没全部看完，不过收益不错
- 101、案例实用，经典；耐人品味

章节试读

1、《哈佛MBA经典课程大全集》的笔记-第45页

八二原则。这是威廉·穆尔发现的方法。穆尔替格利登公司推销油漆，最初每月只赚160美元，经过分析发现80%的生意是跟20%的顾客做的。于是他打破了在全部顾客上花同样时间的做法，只把精力集中于对他最好的顾客上，结果成了美国西海岸最好的推销员，并成为凯利—穆尔油漆公司的董事长

《哈佛MBA经典课程大全集》

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