

<<商感>>

图书基本信息

书名：<<商感>>

13位ISBN编号：9787504554314

10位ISBN编号：7504554316

出版时间：2006-8

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：史蒂芬·塞格尔

页数：204

字数：205000

译者：朱一凌

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>

## <<商感>>

### 内容概要

如同优秀的音乐家应该有良好的乐感，出色的运动员要有运动感一样，商务人士也需要有敏锐的“商感”。

良好的商感能帮助我们提高商业判断力，依靠自己的思考做出决策。

本书通过对一些著名的CEO，包括杰克·韦尔奇，安德鲁·葛鲁夫和赛姆勒等人的职业生涯的透视，挖掘出隐含在他们管理活动和管理经验之后的哲学思想，正是这些思想成就了他们的管理艺术，借助这些思想，我们也可以打造自己的商感。

对于从事实践的经理人而言，可以把本书当作一系列技巧以便对自己的实践经验进行反思。

对于管理学者而言，本书提供了一个框架，以观察管理学从科学向哲学表述的转变过程。

对管理学的教育工作者而言，这本书提供了从经验中学习的施教过程。

对于咨询顾问而言，本书提供了理论同实践相结合的框架。

<<商感>>

作者简介

作者：(英国)史蒂芬·塞格尔 (Steven segal) 译者：朱一凌

书籍目录

第1章 生存在传统夹缝之中第2章 哲学经验第3章 管理者与领导者：无冕哲学家第4章 揭开管理学理论家的神秘面纱第5章 从科学到管理哲学第6章 引导管理者走出洞穴困境第7章 奇特的组合：杰克·韦尔奇和马丁·海德格尔第8章 杰克·韦尔奇有多敏感第9章 韦尔奇从局内得出的局外人观点第10章 将直觉转化为远见第11章 走出混乱：格罗夫在英特尔的危机第12章 管理：从控制到反思第13章 英特尔组织机构中的国家主义第14章 管理环境下的哲学教育第15章 领导者的苏格拉底式困惑：摩特·梅尔森的案例第16章 里卡多·塞姆勒的哲学经验第17章 为管理者所做的哲学陈述

## 章节摘录

然而，正如杰克。

韦尔奇和其他人所说，我们生活在不能对管理学传统熟视无睹的时代。

在讨论管理学的科学理性方法的局限性时，韦尔奇说：“我们必须更新已有百年历史的科学管理学的概念，使管理者坚信他们的作用不是控制人并高高在上，而是引导、激励并鼓舞人。

” 韦尔奇建议我们不要把传统的管理学假设当作规范。

这些以科学管理学传统形式表述的假设不再适用于管理者、领导者及组织机构内的人员所处的日常现状。

正如科特在上述引言中所述，管理者和领导者们不知不觉地在质疑其所熟悉的假设和传统。

就本书而言，他们发现自己处在哲学体验之中。

在这种体验中，旧有的假设不再有效，而新的经验尚未生根——即使有一些新经验，也尚未被确认为管理学的持久基础。

无论喜欢与否，经历了旧有观念被否定的管理者和领导者们处在对管理学假设进行质疑的过程中。

这可能并不是他们所渴求的；可能也不是他们所希望的。

事实上，他们所希望的或许只是完成任务。

然而，一旦传统行为方式不再具有生命力，他们便陷入了质疑的不确定性中，陷入了哲学思考的状态。

。

这时，我们需要包容并采纳质疑的艺术。

正是因为如此，IBM的郭士纳才会说：“一旦你认为已经明白了，就应该将其写下来，建立笔记，对模式进行文字记录，你便不再探讨、质疑现状。

我们不断挑战我们的所作所为——建立不懈的自我更新的文化。

”正是在旧有管理学假设受到批判、新的尚未建立的空隙中，我们开始了质疑。

通过不断地质疑现状而建立的不安宁的复兴文化是哲学的精髓所在。

作为西方世界哲学家原型的苏格拉底以他对各种事情不断提出质疑而闻名遐迩。

他对问题提出质疑不是为了显示其聪明而是因为这样做总能够为他提供新的可能性及看问题的新思路，在这方面.他与郭士纳的情况是一样的。

由于不断对现状提出质疑，苏格拉底被视为哲学家。

此外，苏格拉底还对雅典人作为军事帝国的传统形象被摧毁，而新的生存经验尚未建立，即成为今后至少两千年间影响着两方思想的学府之前的这段时间的体验进行了质疑。

## 后记

看到《商感》这个名字，我相信大多数读者都会感到有些意外。

商业在大家的印象里或是刻板的管理规则，或是永无休止的尔虞我诈，而且商业上的成功要建立在完备的信息、良好的人际关系、高超的谈判和沟通技巧的基础之上，不是单纯的感觉所能达到的。

那么，我们需要“商感”吗？

商感能给我们什么帮助吗？

如同一位优秀的音乐家要有良好的乐感，一位出色的运动员要有运动感一样，一位商务人士也要有很好的“商感”。

但是，“商感”如何培育呢？

它是如何提高我们的商业判断能力，让我们相信自己的直觉，依靠自己的思考做出管理决策的呢？

相信，读完本书，通过对那些著名的首席执行官，包括杰克·韦尔奇、安德鲁·

格罗夫和塞姆勒等人的生涯的透视，这些问题都将得到回答。

本书的作者史蒂芬·

塞格尔是Business FeelPty有限公司的总裁，该公司的主要产品是发展和经营课程，同时为对培养“商感”感兴趣的公司提供培训课程。

他同时还在马佳利管理研究生院和悉尼大学管理研究生院授课。

在哲学实践领域，他被视为世界级的先锋人物。

塞格尔出版了多部图书，并有大量文章在学术刊物上公开发表。

译者在翻译过程中得到了很多人的帮助，他们中有丁振宽、王建新、汪志洪、李斌、李建伟、李新旺、李福田、宋关达、宋建、杨毅新、张成富、邱平金、姚春生、施卫祖、翁天真、程建等，在此一并表示感谢。

另外，本书作者是一位优秀的管理学专家，同时也是优秀的哲学专家，全书涉及大量的哲学知识和管理学知识，因而行文深奥晦涩，不当之处，在所难免，请广大读者不吝指正。

<<商感>>

编辑推荐

《商感(从管理科学到领导哲学)》的作者史蒂芬。

塞格尔是Business FeelPty有限公司的总裁，该公司的主要产品是发展和经营课程，同时对培养“商感”感兴趣的公司提供培训课程。

他同时还在马佳利管理研究生院和悉尼大学管理研究生院授课。

在哲学实践领域，他被视为世界级的先锋人物。

塞格尔出版了多部图书，并有大量文章在学术刊物上公开发表。

<<商感>>

#### 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>