

<<为什么卓越公司需要MBA>>

图书基本信息

书名：<<为什么卓越公司需要MBA>>

13位ISBN编号：9787801972347

10位ISBN编号：7801972341

出版时间：2005-6

出版时间：企业管理出版社

作者：唐培根 编

页数：293

字数：360000

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>

<<为什么卓越公司需要MBA>>

内容概要

MBA十大理念，帮您的企业从A到A+：

1. 创新——不断改善产品与服务使其更精致。

2. 永续——企业的目的不只是赚钱，还应该要对社会有贡献。

3. 会计——准确的财务信息是资本市场存在的关键。

4. 策略——对企业而言，策略就是设定企业方向与思考清晰。

5. 管理——好的经理人从员工身上学到的，远比他教给员工的还多。

6. 人力资源——聪明的企业之所以聪明，靠的是组织成员能彼此分享知识。

7. 领导力——自我成长是成功领导的基石。

8. 营销——营销与广告是长期投资，而非费用。

9. 沟通——成功或失败取决于沟通。

10. 执行——最好的学习方式是研究别人的错误，然后避免重蹈覆辙。

MBA不仅仅是学历证明，更代表了一种全新的管理理念。

本书尝试从世界500强公司最新管理范例入手，凝结提炼出现代MBA管理理念的精粹。

阅读本书，您可以学到：

1. 沉静领导的魅力；
2. 混沌管理的精髓；
3. 无障碍的沟通

- ；
4. 超强复原力的打造；
5. 危机管理的技巧；
6. 文化整合的力量

..... 今天，全球最大的上千家跨国公司带您进入奇妙的MBA管理世界，与您分享卓越企业的成功秘诀。

<<为什么卓越公司需要MBA>>

书籍目录

第1章 为什么公司需要MBA？

缺失MBA经营理念的五大败局 战略选择：泛多元化的X非效率 关键人物：决策一意孤行 迷信传统：丧失“战略适应力” 忽视细节：“蝴蝶效应”的危害I：MBA领袖理念——打造卓越领导 第2章 高效MBA的领导哲学 MBA卓越领导的基石：吸引力、凝聚力、执行力 高效法则：八个行为习惯 立权还是立威：MBA的解决之道 领导EQ培养：“钟形曲线”的行为逻辑 沉静领导：从A到A+的第五级领导附：MBA大师经典 菲奥里纳：惠普转型时的组织思维 吉姆·普雷斯——丰田的“第五级领导” II：MBA管理理念——“优秀组织”的缔造功能 第3章 畅通无阻的沟通能力 沟通不良与组织低效：传统企业面临困境 沟通障碍：MBA沟通理念缘何受阻？ 建立多元沟通管道：MBA的沟通坦途 借助“混沌管理”：开拓沟通新视界附：MBA大师经典 西门子的沟通机制 摩托罗拉：不变的尊重第4章 MBA的彼得座右铭 “彼得原理”和彼得座右铭 做人类的优秀分子：MBA的精英团队模式 尊重他人了解他人：提高团队效率的必需之举 用行动实践自己的主张：做个有思想的人 “自我领导”：为超越自我而努力 学习与突破：MBA的学习型组织之路附：MBA大师经典 第5章 创造奇迹的复原力 附：MBA大师经典 III：MBA发展理念——“永续经营”的终极推动 第6章 紧跟时代的创新意识 附：MBA大师经典 第7章 统筹全局的发展战略 附：MBA大师经典 第8章 未雨绸缪的危机意识 附：MBA大师经典 第9章 企业文化的整合效应 附：MBA大师经典 附录

<<为什么卓越公司需要MBA>>

章节摘录

书摘 2003年9月，麦当劳在全球统一实行品牌更新。

9月25日，麦当劳在整个亚太地区全面更新品牌LOGO、口号、个性、电视广告及主题歌曲、员工制服等，中国560多家麦当劳分店的员工脱去传统着装，全部换上黑或红的运动T恤衫，戴上棒球帽，原来延续了近50年的“常常欢笑”。

“尝尝麦当劳”全面更新为“我就喜欢”，时尚现代的价值观取代了麦当劳以往“温馨”的品牌理念。为了迎合目标人群具有崇拜明星、追求时尚潮流、略带叛逆个性的心理特征，麦当劳大打体育牌，不仅出资赞助奥运会，还请姚明、王力宏担任自己的代言人。

对于这种变革从目标群体来讲是非常正确的，但对于麦当劳自身的特点和企业文化基础而言。它正在丢掉企业的基石——结果麦当劳的品牌塑造并没有挽救它业绩下滑的颓势。至2004年，年第三个财季麦当劳还徘徊在困境之中。

那么。

问题到底出在哪里？ 第一、麦当劳的标准色由金黄色和红色变为金黄色和黑色不大合理。黑色可以表现另类、魔力，但是黑色并不是一种具有积极意义的色彩，黑色往往还代表破坏、罪恶。对于一个立足长期发展的国际化企业，麦当劳显然应该兼顾商业和社会文化基础。

第二、麦当劳作为一个提供快速食品的服务机构，其品牌属性是有别于一般快速消费品和运动用品的。

和体育绑在一起是不是最好的选择、聘请体育明星是不是最合适的选择都有待商榷。

P5 或许很多人会产生这样的疑问，败局的出现似乎是企业战略决策的失误。

它看起来与企业是否拥有优秀的MBA人才毫不相关。

即使一个企业有众多出色的MBA，也不能保证它就可以成就卓越，更不能保证它在复杂多变的市场环境中永远是一帆风顺的。

事实的确如此。

然而，在其近一百年的发展进程中，MBA经历了无数实践的检验和丰富，它的内涵已经发生了巨大的变化。

MBA所代表的不再是一个简单的硕士学位。

我们可以很明显地看到：MBA发展的新趋势是MBA所代表的经营理念正在植入企业，并为企业的成长注入新的活力。

企业的经营活动出现败局，当然不会是因为企业缺乏拥有MBA学历的领导者，而恰恰是由于企业不具备优秀的MBA经营理念。

传统的管理职业要求管理者具备科学和系统的知识、技能，具有敏锐的判断力和洞察力，行为符合一定的规范等。

作为商界实务操作的MBA开始对传统的管理和整个企业的经营流程进行全面的创新。

一些实用的理念也随之而生。

MBA代表的是现代企业的经营理念。

MBA经营理念的缺失——正如前面描述的一样——往往会为企业带来败局。

然而，仅仅避免错误并无法实现一般意义上的永续经营，MBA的经营理念为企业开启了一个新的视角，让企业得以发现其盲点和误区，并且提供一种崭新的思维工具，引导企业进入一个管理的新境界。

P25

<<为什么卓越公司需要MBA>>

媒体关注与评论

书评追求卓越是每一个企业的梦想面对市场的无情和凶险我们的企业究竟应当如何应对？

面对竞争的激烈和残酷我们的企业又应当如何脱颖而出？

“今天的管理学硕士教育正在经历一些专家曾经预测的革命性变化。

公司面临的新的竞争需要和日益全球化的趋势，要求明天的企业领袖富有弹性，能管理公司内跨文化、教育的组织机构——即MBA教育正向差异化发展并且重新定义自己，从而形成卓越的MBA理念。

” “在我的公司里很多MBA，他们严谨的思维和干练的作风，以及敏锐的洞察力都令人十分赞赏。

毫无疑问，他们将会成为二十一世纪商战中的佼佼者……”

<<为什么卓越公司需要MBA>>

编辑推荐

《为什么卓越公司需要MBA:精英团队让公司从A到A+》：追求卓越是每一个企业的梦想面对市场的无情和凶险我们的企业究竟应当如何应对？

面对竞争的激烈和残酷我们的企业又应当如何脱颖而出？

“今天的管理学硕士教育正在经历一些专家曾经预测的革命性变化。

公司面临的新的竞争需要和日益全球化的趋势，要求明天的企业领袖富有弹性，能管理公司内跨文化、教育的组织机构——即MBA教育正向差异化发展并且重新定义自己，从而形成卓越的MBA理念。

”

<<为什么卓越公司需要MBA>>

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>