

<<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

出版时间：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，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<哈佛MBA经典课程大全集>>

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“工商硕”。

工商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1 000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

彭正强编著的这本《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。

《哈佛MBA经典课程大全集》共20章。

分别为：做一名成功的总经理；实行有效的目标管理；高效工作；引领时代；顾客是上帝；价格竞争与定价；打造精英销售团队；适应营销新形势；沟通技巧；如何通过有效沟通增进了解；谈判基本策略；谈判中的实战技巧；质量决定一切；走出经营困境；贯彻以人为本的理念；创造企业文化，传承企业精神；薪资制度；资金筹集与借贷；资金预算和使用；投资决策。

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
- 第二节 领导能力九大经典自然法则
- 第三节 无与伦比的领袖气质
- 第四节 总经理要善于内省
- 第五节 面对错误，勇于承担
- 第六节 是老板，也是普通人
- 第七节 赢得下属信任的基本原则
- 第八节 妥善处理员工间的纠纷
- 第九节 利用个人影响力树立权威
- 第十节 与员工保持适当的距离

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
- 第二节 成本控制是关键
- 第三节 对员工进行目标管理
- 第四节 建立工作目标档案
- 第五节 制定项目计划
- 第六节 编制计划的基本步骤
- 第七节 编制计划的具体方法之一——滚动式计划法
- 第八节 编制计划的具体方法之二——PDcA计划
- 第九节 填平战略目标与日常运作间的鸿沟
- 第十节 高层战略与基层行动完美结合
- 第十一节 化整为零，落实目标

第三章 高效工作

- 第一节 计划好你的时间
- 第二节 现实地估算时间
- 第三节 “一分钟管理”技巧
- 第四节 提高工效是经理人的首要任务
- 第五节 效率提高%的秘密
- 第六节 立即行动，拒绝拖延
- 第七节 努力成为你所从事专业的内行

第四章 引领时代

- 第一节 总经理的创新意识
- 第二节 强化创新意识
- 第三节 适应全新思维
- 第四节 具备创造未来的能力
- 第五节 及时更新管理思想
- 第六节 不断创新，进入新的高度

第二篇 营销篇

第五章 顾客是上帝

- 第一节 服务意识
- 第二节 顾客中心模式
- 第三节 以顾客为中心的具体措施
- 第四节 做顾客的最佳听众

<<哈佛MBA经典课程大全集>>

第五节 顾客至上

第六节 让顾客充分了解你

第七节 诚信为本

第八节 以顾客为中心

第八节 回头客是企业生存之道

第九节 提高顾客满意度

第十节 实现企业与顾客间的双赢

第六章 价格竞争与定价

第一节 制订多元化定价目标

第二节 利润目标的定价方法

第三节 市场目标的定价方法

第四节 信誉目标的定价方法

第五节 薄利多销定价策略

第六节 厚利限销定价策略

第七节 阶段性定价策略

第八节 产品组合定价策略

第九节 折扣定价策略

第十节 差别定价策略

第十一节 心理定价策略

第十二节 名牌定价策略

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

第二节 评估销售效率的关键因素

第三节 多标准进行绩效评估

第四节 做一名销售领袖

第五节 战胜胆怯，赢得订单

第六节 如何把自己塑造成销售精英

第七节 赢得大订单，要靠大客户

第八节 为顾客提供充分而适当的信息

第九节 成功开发潜在客户的圣训J

第八章 适应营销新形势

第一节 超前行动，把握机会

第二节 制定市场营销计划

第三节 正确的市场营销策略，使收益最大化

第四节 选择适宜的分销渠道

第五节 调整策略，方能摆脱被动

第六节 避免营销的误区

第七节 蓝契斯特法则

第八节 直面客户，实现无店铺销售

第三篇 沟通篇

第九章 沟通技巧

第一节 沟通的类型

第二节 口头信息沟通

第三节 书面信息沟通

第四节 非语言沟通

第五节 沟通在管理中的作用

第六节 培养沟通基本技能

<<哈佛MBA经典课程大全集>>

第七节 协调人际冲突的策略

第八节 沟通方式的重大转变

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

第二节 精心遣词，悉心表达

第三节 巧妙地给对方施压

第四节 充分使用正式沟通媒介

第五节 利用非正式信息沟通作为补充

第六节 注意把握对话的原则

第七节 确保信息及时被对方接收和领会

第八节 有效的沟通与交流是企业生存和发展的基础

第九节 建立沟通制度

第十节 信息共享

第十一章 谈判基本策略

第一节 商务谈判的特点

第二节 商务谈判的基本原则

第三节 了解谈判的风格和方法

第四节 利用自身的优秀品质

第五节 成大事先突破障碍

第六节 成功谈判的黄金法则

第七节 选人

第八节 谈判前的准备工作

第九节 制定可行性方案

第十二章 谈判中的实战技巧

第一节 漫天要价

第二节 虚与委蛇

第三节 中途换人

第四节 “切香肠”策略

第五节 出其不意

第六节 投石问路

第七节 有针对性地“迎头痛击”

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

第二节 赢得顾客靠的是优质产品与服务

第三节 建立公司的质量改进计划

第四节 全员参与质量管理

第五节 选择正确的质量工具

第六节 学习同行的先进经验

第七节 稳健设计，更新观念

第八节 S品质管理

第九节 创新质量管理模式

第十四章 走出经营困境

第一节 预见危机，防患于未然

第二节 选择时机，压缩经营规模

第三节 减时加薪，摆脱困境

第四节 发动全员，共渡难关

<<哈佛MBA经典课程大全集>>

第五节 调整侧重点，化解通胀压力

第六节 放弃眼前的利益摆脱危机

第七节 合并增强实力，摆脱经济危机

第八节 果断决策，应对突发事件

第九节 危机时期的成本控制

第十节 依靠创造力进行营销

第十一节 摆脱危机阴影，重现生机

第十五章 贯彻以人为本的理念

第一节 充分授权

第二节 采用海豚式管理模式，充分尊重下属

第三节 采用优秀的管理原则

第四节 改善工作环境，提高效率

第五节 内部公关，让员工树立主人翁意识

第六节 注重团队的力量

第七节 进行卓有成效的团队管理

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

第二节 标准、价值、信仰决定绩效

第三节 连贯的经营理念是企业发展的关键因素之一

第四节 弘扬企业精神

第五节 建设特有的可识别的企业文化

第六节 建立信誉模式，施行信誉管理

第七节 进行企业文化变革

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

第二节 制定绩效付酬计划时应考虑的关键因素

第三节 消除传统财务会计制度的弱点

第四节 财务总监要全面把握现在状况

第五节 加强对现金流量的管理

第六节 确定企业货币资金的最佳持有额度

第七节 建立安全存货量

第八节 降低财务成本和提高质量并不矛盾

第九节 降低财务成本的途径

第十节 优化合作

第十一节 严格财务制度，防范假账和舞弊

第十二节 完善资金管理制度，加强财务监管

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

第二节 资金筹集的综合经济效益

第三节 财务总监的职能之资金筹集

第四节 公司发展需要钱

第五节 为创业筹集足额资金

第六节 小公司筹资有招

第七节 过度负债要重视，及时调查是关键

第八节 权衡优缺点，把握数额

第九节 调整与改善公司的支付能力

<<哈佛MBA经典课程大全集>>

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

第二节 拟定计划有技巧

第三节 确认营业费用

第四节 制定行之有效的预算方案

第五节 把预算过程当做一个计划过程

第六节 进行资本运营的战略决策

第七节 资金不足，冷静应对

第二十章 投资决策

第一节 企业投资的分类

第二节 投资决策必须遵循的原则

第三节 投资决策的常用方法

第四节 全面考虑投资项目的规模

第五节 确立资本经营思想

第六节 金融资本经营

第七节 时刻保持清醒，避开投资陷阱

第八节 寻求合作投资，扩大商品出口市场

第九节 通过并购提高对市场的控制能力

第十节 选择并购目标时必须依据的标准

第十一节 确定对并购目标进行现金收购或股票收购

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。

所以首先要将第一、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！

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>