

<<每天学点管理学大全集>>

图书基本信息

书名：<<每天学点管理学大全集>>

13位ISBN编号：9787511328403

10位ISBN编号：7511328407

出版时间：2012-10

出版时间：中国华侨出版社

作者：谭慧

页数：460

字数：798000

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>

前言

管理学是系统研究管理活动的基本规律和一般方法的科学。

它是人类近代史上发展最迅速、对社会经济发展影响最为重大的一门学科。

管理是一门高深的艺术，任何经营成果的取得，都源于管理。

为此，掌握管理的妙法，必将对企业的良好运作和稳步发展起到决定的作用。

总的来说，对于管理学的把握主要有五个方面：管理的核心是人的管理，因为任何事情都需要人去做，任何计划都需要人去执行；管理的真谛就是把复杂的问题简单化，把混乱的事情规范化；管理的定位是高层管理者做正确的事，中层管理者正确地做事，普通员工把事做正确；管理的手段是“修路”，而不是死板地“管人”；管理的终极目标在于实践。

素有“全球第一CEO”之称的杰克·韦尔奇曾说：作为管理者，必须高度重视识人、用人的能力，不断提高管人的技巧。

作为一个合格的现代管理者，既需要有“才智”，又需要有“直觉”；既需要有“理性”，又需要有“感情”；既要善于在办公室中分析研究问题，得出“科学”的结论，又要善于学习和借鉴别人的经验。

现代管理大师德鲁克曾强调管理学是一门实践性很强的学科，他说：“管理是一种实践，其本质不在于‘知’而在于‘行’；其验证不在于逻辑，而在于成果；其唯一权威就是成就。”

学习管理学，你不需要背诵枯燥的概念，也不需要写长篇的论文，所有管理学知识的出发点都是为了让个人和团体变得更有效率、更加出色，你所需要做的就是理解并实践这些知识，让它们从书本走入生活。

作为管理者，你每天都应该学点管理学，不仅要在管理知识上获得增长，更为重要的是，通过学习体现出积极向上、竭力促进企业发展的精神。

如果不学习，或者满足现状，管理工作就会出现问題。

如果不懂管理学，管理者会使组织失去灵魂和生命。

正如德鲁克所说：在每个企业中，管理者都要赋予企业生命，为企业注入活力。

如果没有管理者的卓越领导，生产资源将永远只是资源，无法变成产品。

然而，资源和环境每时每刻都在发生变化，如果管理者不能与时俱进，不能在管理知识和技能上得到提升，管理者就会丧失对企业的有效指导，从而使企业走向衰败。

也许你是刚刚被提拔为公司的管理者，你知道该做什么，不该做什么吗？

新晋领导摸石头过河如何走好第一步？

具有超凡魅力的CEO应该是什么样？

作为领导者，如何驾驭员工或下属？

如何建立优秀的团队？

如何做到知人善任、人尽其才？

如何实现与下属的无障碍沟通？

如何用简单的管理取得大的收获？

等等。

管理一个团队或公司将面临各种各样的问题和挑战，当你面对这些问题时，你是否会产生困惑，或者力不从心之感？

是否需要用新的管理知识和技能武装自己的头脑？

是否想进一步提升自己的管理技能，以便更好地应对管理过程中出现的各种难题和挑战？

本书力图帮助你掌握最切合实际的各种管理方法，使你在管理过程中少走弯路，使管理的过程更顺畅，从而促进事业和团队稳步发展。

这是一部简单实用、通俗易懂的管理学优秀读本。

本书内容全面、讲解透彻、技巧丰富、方法实用，全书共分为27章，包括战略管理、决策管理、竞争优势管理、营销管理、成本管理、组织架构管理、人事管理、用人艺术、柔性管理、创新管理、趋势管理、变革管理、目标管理、授权管理、团队管理、组织形象管理、制度管理、沟通管理、激励管理

<<每天学点管理学大全集>>

、绩效管理、时间管理、冲突管理、企业文化管理、项目管理、危机管理等各个方面，汇聚管理学的知识精髓，结合真实、生动的案例，将管理的妙招一一展示。

将枯燥、乏味、艰涩难懂的管理学原理，用轻松活泼的方式展示给读者，既专业实用又生动有趣。

本书适用于从事各类管理工作的领导者和管理者，对于那些在管理中有所作为的读者朋友和想在管理方面有所突破的读者朋友们都大有裨益。

管理工作不是一朝一夕的事，管理实效的取得也不是立竿见影的，掌握管理的妙法，必将对企业的良好运作和稳步发展起到决定性的作用。

企事业单位的领导者和管理者如果能在深入阅读本书的基础上开动脑筋，理论联系实际，对现实中的疑惑进行深入的思考，将理论和实践相结合，并在实践中完善发展自己的管理观念，日积月累，必将在错综复杂的局势下，将管理工作做到左右逢源、如鱼得水的境界，并能成功应对各种危机，化解各种难题，成为出色的管理者。

管理学和人们的工作和生活有着非常紧密的联系，应用十分广泛，所以，在当今社会，学习管理学对每个人都有着重要的意义。

本书对每个想要掌握管理学知识的读者都大有裨益，即使你现在是一个初学者，一个渴望掌握管理能力的普通人，你也能从本书中得到有益的帮助，在管理方面获得新的突破。

<<每天学点管理学大全集>>

内容概要

管理是一门高深的艺术，任何经营成果的取得，都来源于管理。为此，掌握管理的妙法，必将对企业的良好运作和稳步发展起到决定的作用。

《每天学点管理学大全集》是一部简单实用、通俗易懂的管理学工具书，是一部你真正能看得懂的管理学书籍：全书共分为27章。

包括战略管理、决策管理、竞争优势管理、营销管理、成本管理、组织架构管理、人事管理、用人艺术、柔性管理、创新管理、趋势管理、变革管理、目标管理、授权管理、团队管理、组织形象管理、制度管理、沟通管理、激励管理、绩效管理、时间管理、冲突管理、企业文化管理、项目管理、危机管理等各个方面，汇聚管理学的知识精髓，结合真实、生动的实例，将管理的妙招一一展示。

将枯燥、乏味、艰涩难懂的管理学原理，用轻松活泼的方式展示给读者，既专业实用又生动有趣。

《每天学点管理学大全集》适用于从事各类管理工作的领导者和管理者，对于各类企业管理人员、经商管理者、各职能部门的管理人员，以及从事其他领导和管理工作的人员都具有十分重要的借鉴价值和意义。

管理不是一朝一夕的事，管理实效的取得也不是立竿见影的，掌握管理的妙法，必将对企业的良好运作和稳步发展起到决定性的作用，企事业单位的领导者和管理者如果能在深入阅读本书的基础上开动脑筋，理论联系实际，对现实中的疑惑进行深入的思考，将理论和实践相结合，日积月累，必将在错综复杂的局势下，将管理工作做到左右逢源、如鱼得水的境界，并能成功应对各种危机，化解各种难题，成为出色的管理者。

本书由谭慧编著。

书籍目录

第一章 战略管理：确保战略目标实现

战略性错误不能犯
不能以战略预测未来
在商业理论上寻求突破
市场定位是战略重点
成功的战略是务实的
好战略应有未来意识
要能转化为具体的工作安排
以利润为目标会被误导
任何目标都必须被执行
果断放弃没有前景的任务
以科学计划成就未来
在最擅长的领域内发力

第二章 决策管理：促使决策达到令人满意的水平

决策从目标开始
发言之前先调查
不要在搜集信息上吝啬
充分引进智囊的大脑
决策过程并不排斥预测
在准确定位中超前决策
学会运用传统决策艺术
善于运用四种创新决策
在战术上重视决策实施
决策中必须坚持六不可
决策必须能够应对变化
充分占有利于决策的信息
好的决策要着眼于未来

第三章 竞争优势管理：创造秒杀对手的实力

要明白什么不能做
知己比知对手重要
不打无准备之仗
善战者因势利导
集中各项资源优势
捕捉最有价值的细分
莫当行动上的侏儒
专注的态度更重要
出人意料以奇制胜
在技术上领先对手
从缝隙中寻找机会
别被短板遮住眼睛
避开最短的那块木板
不断追求下一座山峰
向最强大的对手学习
创新是永恒的核心能力
从顾客眼里寻找优势

<<每天学点管理学大全集>>

研究对手的成败

请再多挖一点潜力

第四章 营销管理：让客户掏钱变得更主动

谁适合当营销经理

选好你的手下干将

营销管理要集思广益

营销从市场调查起步

抓住消费者心理

如何选择渠道成员

如何激励渠道成员

调整与修改渠道体系

不断争取新客户

定价的策略和方法

进行有效的价格管理

用诚实赢得顾客

给予顾客无处不在的爱

特别的爱给特别的你

第五章 成本管理：打造内耗最小的企业

成本控制是一种思想

坚决反对秋后算账

需要遵循一定的步骤

努力降低材料费用

控制平均工资水平

综合费用控制在日常

目标成本控制的着眼点

首先要预测目标成本

两种方式分解目标成本

成本工具的三种选择

越分权越要加强内部控制

责任成本制度的内容

每个人都是责任中心

责任成本的确定及考核

第六章 组织架构管理：创建利于解决问题的有效框架

设计之前先分析

组织结构设计原则

确定出各个部门

企业组织职务设计

组织中的四大顽症

必须给组织减肥

组织结构设计的要素

组织集权与分权模式

不要复杂也不要太宽

越是万能的越是错误

配合战略调整而调整

利于贡献才是最好的

能够积极促进内部沟通

促进员工自我管理

<<每天学点管理学大全集>>

促进信息流动而非障碍

先有奖赏后有英雄

第七章 人事管理：把每一次人事决策都做对

人事决策最为重要

员工是管理者的顾客

评估只能看绩效

升迁一定会有副作用

将人力看做资源

用人时不拘一格

将员工与企业进行捆绑

把每个人都拉来战斗

送钱不如送人才

放胆引进，放手使用

在要害处只收不放

怎样考核才最公正

提拔太快不利成长

懂人才能知人善任

要注重人与人的搭配

发现隐藏在底层的人才

给予最适合的任务

正确提拔源自科学程序

第八章 用人艺术：促使每个员工自动自发工作

正直凝聚着全部人格

雇佣最合适的员工

创造最有效的工作环境

赋予权力即赋予责任

将每个人的位置都摆正

管理者须知六戒

相信你正在使用的人

适合的才是优秀的

求全责备会成孤家寡人

批评是手段不是目的

四种人不能被重用

用人时要因人而异

满足员工的工资期待

任何人都能多用

寄予属下以信任和厚望

第九章 柔性管理：获得员工的心灵共鸣

柔性管理内涵和本质

柔性管理产生的原因

柔性管理的四种方式

柔性管理的判断标准

沟通是实施成功的保证

员工是最需要感谢的人员

员工紧张是管理的天敌

管理要以和而兴

制度无情人有情

<<每天学点管理学大全集>>

下属的微笑就是力量
没有哪种风格是最好的
释放你的爱心和福祉
与员工进行情感交融
下属其实也是管理者

第十章 创新管理：始终让客户惊鸿一瞥

从转变观念开始
破解创新的阻力
创新就要容忍失败
创新思维的诞生
创新使企业增值
知识经济推动创新
管理创新的原则
首推知识创新
让制度为创新助力
促进文化创新

第十一章 趋势管理：在今天看透未来

顺势更容易成功
创新才能创造未来
抓住问题的前提
将各种资源形成合力
把握“已发生的未来”
赢在看透未来的模式
积极拥抱信息革命
做最正确的战略选择
新兴产业中的时机
成熟产业中的应变
衰退产业中的放弃
莫要失去最宝贵的商机

第十二章 变革管理：在新的机会中领先别人

文化随变革而变革
文化让变革更稳固
塑造全员变革心态
企业变革的着力点
让变革变得更简单
不做对手那样的改变
家族企业的制度转型
莫被组织结构拖后腿
流程改革是改革重点
重建绩效考核制度
塑造新的企业理念
真正的变革从文化开始
放弃没有前景的任务
创建利于创新的组织架构
立足于目前的客观现实

第十三章 目标管理：促使组织成员激情澎湃

目标管理是一种程序

<<每天学点管理学大全集>>

选择好目标管理类型
按照程序进行管理
设定最佳的目标体系
目标要以问题为导向
设定有效目标的原则
设定目标应考虑的因素
有效目标的设定方法
目标管理的追踪管制
管理之前先明确责任
为成功实施准备条件
从具体的目标开始
改善不合理的执行架构
促使下属自觉执行
目标成本控制的要点
期末目标考核不能少
提高目标评估的有限性

第十四章 授权管理：让领导的工作回归简单

形成完整的计划
选择最正确的时机
必须树立的观念
成功授权的战术
授权必须遵守原则
防止失控的方法
有效授权的实施过程
分工是授权的真谛
授权授给什么样的人
有些事不适合放手
完成授权需要三要素
不要成为下属的下属
让下属全部行动起来
授权中存在的误区
充分信任是授权的基础
恰到好处地委派工作
授权过程中监控要到位

第十五章 团队管理：建设高效团队

管理者先自身定位
你需要完成十项工作
化解各种矛盾和冲突
善于适时为团队减压
莫让团队失去理想
描绘清晰的团队愿景
团队凝聚力的标志
保持并促进团队高效运行
塑造团队文化的方法
学习型团队的五项修炼
高绩效团队的特征
高绩效团队的必备要素

<<每天学点管理学大全集>>

创建高绩效团队的步骤

几种可供选择的管理模式

让管理模式趋于完美

如何培养团队精神

解决冲突的通用方法

第十六章 组织形象管理：让顾客第一眼就爱上

从战略上看企业形象

塑造组织形象的原则

塑造形象的通用方法

管好管理者的信誉

实施形象战略的原则

以产品精神为支撑

广告主角是企业家本人

以上乘的质量为后盾

第十七章 制度管理：以制度塑造职业规范

重视制度才能卓越

管理者首先自己要做到

灵活是最好的运用

成就理想的组织体系

必须遵守的十大原则

信息沟通系统要完善

自律才能管理好他人

必须兼具软硬两手

坚决维护制度的公正性

第十八章 沟通管理：促进彼此真正理解

沟通促进绩效

有计划地谈话

会议就是竞技场

加强非正式沟通

消除沟通中的障碍

巧解沟通中的对抗

说服才能使人信服

正确地下达指示

态势语沟通技巧

上下级沟通之道

跨文化沟通策略

个性化沟通技巧

拆掉沟通中的围墙

加强管理小道消息

合理的沟通职能

危机中的外部沟通

内部沟通瞄准一线主管

要让员工成为盟军

有效化解团队冲突

第十九章 激励管理：化被动为主动

有效激励的四种理论

制定有效的激励计划

<<每天学点管理学大全集>>

莫让下属怀疑公平
以晋升激励精英人才
员工激励能改变绩效
制定有效的激励系统
薪酬可以激励人吗
制定激励性的薪酬
付给使员工满意的薪酬
促使员工的表现更突出
负激励的正效应
避免正激励的副作用
奖罚的完美结合
巧用精神激励策略
精神激励的四大方法
有效的激励方法组合

第二十章 绩效管理：让绩效真正发挥管理功能

绩效管理与绩效考核
弄清各方成功的前提
标准稍多优于稍少
共同沟通绩效计划
绩效沟通必不可少
绩效信息数据的收集
绩效评估和绩效改善
需要重视的几对关系
绩效指标设定的原则
绩效考评的四项原则
考核前的动员与培训
加强对管理者的考核
评估中的敏感事件处理

第二十一章 时间管理：没有一秒钟被浪费

集中精力简化工作
执行从领导者开始
越简洁就越高效
抓住高价值的事情
重要的事情先去做
管好时间的流向
改变利用时间的习惯
尽可能多做事情
以超前规划促进有序
用在有意义的活动上
从会议中挤出时间
走出无谓的忙乱困境
做好时间运用记录
放弃无价值的事情
莫要费时修补昨天
特别珍惜别人的时间
时刻做到要事第一
正确做事与做正确的事

<<每天学点管理学大全集>>

第二十二章 冲突管理：让冲突成为发展动力

冲突的忍受与需要
产生冲突的六大原因
促进成员之间坦诚交流
最好用“直接处理法”
减少与成员冲突的机会
控制住冲突关系人的情绪
促进部门之间精诚合作
经营者与所有者的和谐之道
渠道冲突的处理和应对
绩效管理中的文化冲突
通过组织途径管理冲突
解决好员工的私人问题
合作才能成就双赢
人际冲突类型和处理方法
铲除可能的矛盾隐患
解决冲突的操作技巧
具体冲突具体方法解决
以冲突来提升凝聚力

第二十三章 企业文化管理：占据员工的心智资源

管理组织文化的环节
塑造企业价值观的原则
塑造企业价值观的途径
企业精神培育的途径
现代企业精神的共性特征
企业文化导向的人本管理
务虚化不是企业文化
照搬照抄绝不会有出路
文化建设应与时俱进
以使命来发现工作的意义
共同的愿景成就基业长青
重组的难点在于文化重组
激发员工对工作的狂热激情

第二十四章 项目管理：找准分化战略

任务的基础单位是项目管理
项目管理的九大领域
项目管理的四项原则
项目经理人的职责
如何挑选项目经理人
制订科学的项目计划
项目成功管理的标志
团队绩效的影响因素
项目团队的文化建设
项目沟通障碍及改善
进度失控原因及对策

第二十五章 危机管理：灭掉危机发生的因

危机公关的基本理念

<<每天学点管理学大全集>>

公共关系危机的预防
危机处理的原则和程序
危机处理的基本对策
快速行动处理危机
危机处理方式选择
危机处理方法选择
危机善后处理策略
危机转化与重塑形象
在危机公关中提升品牌
建立有效的预警机制

第二十六章 社会责任：做好“大我”

责任是至高点
管生产必须管安全
组织如何承担社会责任
以承担责任提升影响力
始终坚持正确的价值观

第二十七章 非权力影响力：让同事爱上自己的个性

在素质上征服人
贴上风度美标签
以美德感化别人
敢于并善于拍板
身先士卒，说到做到
公正才能赢得公心
情义无价人心归
以积极正确的示范作导向
以威信来领导人
正直最具有感召力
成为最职业的人
驾驭性格和锻炼意志
建立合理的知识结构
平等不只是标语
以成就动机获得追随

章节摘录

对一项规划的鉴别方法是，管理者是否切实地把各项资源投入在将来会取得成果的行动之中。如果不是这样，那就只有虚幻的愿望，而不是规划。

战略规划不能转化为具体的工作安排，一切都是空谈。

战略规划只有通过具体工作的执行，才能表现出强大的威力。

2007年7月，《财富》发布2007年度全球500强企业排名，三星以895亿美元的年营业额雄踞行业榜首。

三星作为全球第一电子品牌的形象再次得以强化。而早在2002年4月2日，美国纽约股市发布消息，三星电子当日市值为496亿美元，历史性地超越索尼480亿美元的市值。

这一轰动全球媒体的消息，使得三星员工欢呼雀跃。

然而，很多人还没有忘记，在1999年之前的几年里，三星企业却一度挣扎在生死线上，经营亏损和高负债率几乎令其破产。

三星何以能够在如此短的时间里凤凰涅槃？

三星两次重大战略的完美执行，是其成功的关键。

三星第一次成功执行的经营战略是成本战略。

1969年创立后的一段时间内，三星电子一直奉行的基本竞争战略就是总成本领先。

它以“批量生产、提高效率、降低成本、规模扩大、出口为主”为目标，谋求价格制胜。

战略作为企业经营的重要手段，贵在适宜，贵在执行，贵在坚持。

三星电子对适宜的总成本领先战略进行了不折不扣的坚持，把大规模制造发挥得淋漓尽致，并且对这一战略一坚持就是二十多年。

总成本战略为三星带来丰厚回报，企业相继取得了黑白电视机、录像机、微波炉、动态存储器等产品项目的世界第一。

竞争大师迈克尔·波特曾说：“只有在较长的时间内坚持一种战略而不轻易发生游离的企业才能赢得最终的胜利。

”三星用自己的行动证明了这一著名论断。

企业经营战略的重大本质之一即对环境的适应。

由于环境静态的相对性和动态的绝对性，一个企业的战略不能常变却又不能不变。

因此，企业必须注意战略的拐点在何时出现，努力做到及时应变。

德鲁克说：“没有任何一种战略能够领导企业超过十年以上。

”1992年，三星的DRAM做到了世界第一，总成本领先战略正处在辉煌阶段，而它却开始有了危机感，因为当时中国的制造业正迅速崛起。

当时三星的掌舵人李健熙敏锐地觉察到，三星电子要在将来继续发展，一定要另辟蹊径，走以创新为核心的差异化道路。

但是，差异化战略实施的难度、复杂性远非早已轻车熟路的总成本领先战略堪比。

差异化战略最终成了三星战略执行上的败笔。

尽管三星主帅刻意求新思变，但由于整个企业过度沉湎于昔日的辉煌，不能果敢放弃一些没有前景的事务，很多人安于现状，对于新战略认识不足，企业的实际行动多少有些踌躇和侥幸，加之实力上的一些局限及强大对手的制约，三星电子在差异化战略实施上差强人意。

差异化战略执行的失败，使三星陷入了被动，1997年企业财务面临着空前困境。

困境使三星换来了思维上的清醒，三星企业下定决心要往差异化高端方向发展，要与索尼、飞利浦等龙头企业一决高下。

为此，李健熙为三星电子请来的“主刀大夫”是尹钟龙。

最终由尹钟龙主导了三星高端差异化战略的成功。

李健熙就将三星电子CEO的帅印交到了尹钟龙的手中。

也许是身份角色的不同，在战略转型上尹钟龙比李健熙要更加坚决。

<<每天学点管理学大全集>>

除了在基础研究、设计开发上继续加大力度外，尹钟龙推行了一项至关重要的深层次的改革：在人事方面，他力排众议，废除公司终身雇佣制，辞退了。

75000雇员中的近一半人，同时引入大批思想活跃、具有国际视野和工作经验的年轻经理。

人才的革新不仅直接扭转了公司在思想行为模式上的惯性，也为重塑适应新形势的企业文化奠定了必要的物质基础。

此外，尹钟龙还对三星电子的产品和市场进行了收缩集中，比如在中国市场，三星不再像过去那样推出其全部产品，而是选择一些高档产品，进行大力推销。

与之相配合的是，他们关闭了23个销售网点，把注意力集中到中国的10个大城市。

定位在高端市场，集中发力，使三星电子多年积攒下的在半导体、通讯以及数字集成方面的基础研究和应用能力开始发挥威力。

围绕这些方面的核心技术进行整合，三星电子各式高档时尚产品层出不穷，从挂在墙上犹如一幅画的平板电视机，到雅致的薄型DVD播放机，再到外形令人目炫神迷的移动手机，企业的许多产品真正做到了与众不同。

三星的高端差异化战略取得了巨大成功。

2001年岁末，在上海举行的三星“电子领域社长团战略会议”上，李健熙宣布：“我们应从原来的建立以低价劳动力为基础的生产基地的战略中走出来，积极探索以产品的高级化、个性化为基础的品牌中心战略。

”这可以算作三星电子战略转型的一个明确的宣言和里程碑，其中也不乏首功告成后的志得意满。由于雄心、远见和精明，在对手不经意之间，三星完成了从优秀到卓越的跨越。

三星的成功经历不愧为将战略转化为工作的典型案例。

很多企业管理者仍然会问，如何将战略转化为工作？

德鲁克给出了一个检验方法。

德鲁克说：“必须对经理人员提出以下的问题来对一项规划进行考验：‘你目前把你哪些最好的人员投入这项工作？’”

”经理会说(他们绝大多数都这样说)：“我目前不能把最好的人抽出来。

我必须等到他们完成了目前正在做的工作以后才能把他们投入今后的工作。

”——这个经理等于承认他并没有一项规划，但这也正好表明他需要一项规划。

因为，一项规划的目的正是为了表明稀缺资源——而最好的人正是最稀缺的资源——应该用于何处。

在德鲁克眼里，工作不仅意味着由某个人来从事哪项职务，而且意味着责任、完成期限以及成果的衡量，即对工作成果和规划过程本身成果的反馈。

将最优秀的人用在执行战略规划上，恰恰是将战略规划转化为工作的重要体现。

P7-8

<<每天学点管理学大全集>>

编辑推荐

内容更全面、方法更实用、讲解更透彻、技巧更丰富！

系统阐述管理者应具备的管理素质、技能及工作方法！

揭示管理真谛，掌握管理精髓，提升管理能力！

《每天学点管理学大全集》通过生动的语言、经典的点评和鲜活的案例，将枯燥、乏味、艰深晦涩的管理学原理，用轻松的方式展示出来，既专业实用又活泼有趣。

适用于从事各类管理工作的领导者和管理者，对于那些在管理中有所作为的读者朋友和想在管理方面有所突破的读者朋友们都大有裨益。

本书由谭慧编著。

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>