

《图解德鲁克》

图书基本信息

书名：《图解德鲁克》

13位ISBN编号：9787506062565

10位ISBN编号：7506062569

出版社：藤屋伸二、张舒鹏 东方出版社 (2013-06出版)

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.tushu000.com

《图解德鲁克》

前言

喜欢足球或棒球的小孩们如果凑在一起只管自己玩，那么不管付出了多大的努力，或者进行了多少训练，不要说成为一流的选手，恐怕成为职业运动员也很困难。这是因为没有人教给他们怎么掌握基本功。退一万步讲，就算得到了世界上最出色的教练的指导，也没有可以轻松成功的方法。对于企业而言也一样，没有什么特效药能让我们平安度过经济的不景气。不过，帮我们走出困境的“基本功”还是存在的——提供给我们相关基础知识的，正是著名的管理大师德鲁克。基本功可以按照基础知识反复练习来掌握，只要掌握了扎实的基本功并坚持不懈，战胜现在的不景气是有很大胜算的。德鲁克被称为“管理学之父”，他的理论恰到好处地对管理的本质做出了系统的诠释，获得了全世界的普遍认同，是顶级的管理理论。本书介绍了德鲁克的基本理念，每章的各小节均由“标题”、“简介”和“图解”三部分组成，简明地介绍了德鲁克理论的各个项目的要点。相信只要读者花50分钟左右时间阅读本书，就会对德鲁克的管理理论有一个大致的了解。为了方便德鲁克理论的入门读者，本书的行文力求平实易懂，内容力求直中要害。因此，笔者在写作时尽量不使用专业术语或英语。而以通俗易懂的语言阐述道理。本书的章节结构如下：序章简略介绍德鲁克本人的事迹；第1章介绍德鲁克管理的概要；第2章到第9章分别介绍如何把各个理论应用在具体实务上。本书面向学习积极性强，并希望把德鲁克的理论联系在自己工作上的商务人士。如果您“想大体了解德鲁克有什么理论”、“想在读德鲁克的著作之前做一下预习”、“曾经学习过德鲁克理论，但没有‘啃下来’，这次想重新挑战”、“想了解德鲁克，不过不知道应该从何入手”，相信本书会为您提供有用的帮助。对于读完本书的读者，全书的最后特别附有一篇阅读德鲁克著作的攻略。这篇攻略采用流程图的形式，把继续学习德鲁克理论的过程分成了3个阶段，分别为：（1）想再多学一些德鲁克理论；（2）想精通德鲁克的理论；（3）想以德鲁克理论为依据，进一步充实自己。在阅读本书前，笔者需要对正文的术语使用稍作补充说明。全书中有几处，笔者有意把德鲁克理论的“正确”一词替换为“合适”（或“妥当”）一词。对于企业管理来说，从理论这个宏观角度来看，确实存在着“正确”与否。然而，落实到每一个具体企业，由于企业所处的状况、性质和能力各不相同，所以不存在“唯一的答案”。在本书中，笔者更想强调“具体问题具体分析”的思路，所以把某些词由“正确”替换成了“合适”（或“妥当”）。此外，本书使用“商品”一词表示企业销售的全部东西（内容）。所以，本书所指的商品既指产品也指商品，有时还包括了服务的意思。当今的经营环境异常严峻，不过只要系统地理解了德鲁克的管理理论，就可以在付出相同努力的情况下获取超过以往的绩效。这也是笔者本人和笔者的客户企业的亲身体会。希望本书能为读者自身的进步以及公司的业绩增长、V字反弹等尽一份绵薄之力。

《图解德鲁克》

作者简介

藤屋伸二1956年生于日本福冈县。大学毕业后，在信用卡公司等单位任职。1996年独立，创办藤屋管理研究所。1998年攻读硕士学位，硕士论文的题目是《目标管理》，由此为德鲁克所倾倒。之后反复阅读德鲁克的著作多达100多次，在对其学习内容进行系统整理后，创造出了特色化与差异化战略的机制，并以此向企业提供商务咨询服务，帮助客户企业提高绩效、实现V字反弹。中小企业诊断师，社会保险劳务师。著有《一点就通：德鲁克管理的诀窍》

《图解德鲁克》

书籍目录

前言1 序章 向德鲁克学习！ 0—1 德鲁克是怎样一个人？ 0—2 一句话总结德鲁克的思想 0—3 阅读德鲁克可以学会什么？ 第1章 德鲁克理论的基础知识 1—1 什么是“管理”？ 1—2 什么是“创造顾客”？ 1—3 什么是“利润”？ 1—4 什么是“知识”？ 1—5 企业必须成长发展吗？ 1—6 什么是市场营销？ 1—7 什么是“生产率”？ 1—8 什么是“创新”？ 1—9 如何把握市场营销、生产率和创新的平衡关系？ 第2章 环境 2—1 向IT化社会转变 2—2 世界将以信息为中心 2—3 全球化 2—4 高度竞争激化的社会 2—5 保护主义的复活 2—6 少子化与老龄化 2—7 雇佣的变化 2—8 从分析到感知 2—9 变化的企业形态 2—10 向NPO学习 2—11 应对经济状况的变动 第3章 战略 3—1 制定战略的必要性 3—2 如何让战略卓有成效 3—3 为什么必须追求特色化和差异化？ 3—4 分析企业活动 3—5 发现机遇的视角 3—6 立足优势进行管理 3—7 商品就是为顾客解决问题 3—8 机遇的种类 3—9 4种风险 3—10 成长发展的方向 3—11 是培养还是合并？ 3—12 什么是德鲁克所谓的“罪过”？ 3—13 成本管理的5项原则 3—14 成本的种类 第4章 战略 4—1 孤注一掷战略 4—2 柔道战略 4—3 创造性模仿战略 4—4 小规模市场战略 4—5 特定市场战略 4—6 专业技术战略 4—7 价值创造战略 4—8 价格战略 4—9 个案战略 第5章 组织 5—1 什么是组织？ 5—2 组织的形态 5—3 分析骨干活动，决定组织结构 5—4 决策分析让企业顺利运营 5—5 分析关系，强化运营能力 5—6 家族企业管理 5—7 组织的病状 第6章 目标管理 6—1 什么是目标管理？ 6—2 市场营销目标 6—3 生产率目标 6—4 创新的目标 6—5 人力资源目标 6—6 物力资源目标 6—7 资金目标 6—8 社会责任目标 6—9 利润目标 第7章 狭义的管理 7—1 总经理的工作 7—2 管理人员的工作 7—3 唯有人是企业活动的源泉 7—4 什么是制定决策？ 7—5 企业文化 7—6 人事管理要发挥员工的强项 7—7 评价企业活动的5个手法 7—8 沟通 7—9 领导能力 7—10 激励 7—11 让会议有意义 第8章 创新 8—1 什么是创新？ 8—2 创新的源泉：未预料到的成功 8—3 创新的源泉：未预料到的失败 8—4 创新的源泉：不协调的关系 8—5 创新的源泉：流程需求 8—6 创新的源泉：产业结构和市场结构的变化 8—7 创新的源泉：人口结构的变化 8—8 创新的源泉：认识的变化 8—9 创新的源泉：新的知识 8—10 绝妙的创意 8—11 为求创新应该做些什么？ 8—12 为求创新不应该做什么？ 8—13 如何在现有企业引发创新？ 8—14 风险企业的创新需要具备的条件 8—15 成功的创新者需要具备什么条件？ 第9章 实现自我价值 9—1 只要不放弃就能学会获得绩效的能力 9—2 发挥长处 9—3 管理时间 9—4 决定优先次序 9—5 做好管理人员的6条守则 9—6 对上司进行管理 9—7 构筑健全的人际关系 德鲁克著作阅读导向图 后记

章节摘录

版权页：插图：分析骨干活动的目的，在于系统地了解“为了发挥出自己公司的优势，必须开展怎样的业务活动”。为了在竞争中立于不败之地，最重要的是强化自己的优势，而与此同时，如果企业存在致命缺陷，则会影响强项的发挥。明确企业的致命缺陷，也是分析骨干活动的重要目的之一。在“强上更强”的同时，必须“排除或克服致命的缺陷”。不过，企业资源是有限的。因此，需要对应该克服改善的环节分出轻重缓急，决定什么领域要重点解决，什么领域可以暂时放手或跳过。搞清楚需要首先重点解决的领域也是分析骨干活动的一项内容。牢记企业存在的意义 每一个企业都有自己的经营理念和必须遵守的方针。如果为了获得利润而不惜扭曲或违背自己的理念，那么难免会做出违背顾客利益或剥夺员工幸福的行为。比如一些企业出现的假冒伪劣等行为，甚至成为了社会问题。为此，在分析企业的骨干活动时，必须反复提醒自己时刻牢记企业的价值观，自我反思“公司现在试图实现什么”、“这些活动是否能让顾客满意”、“员工会得到什么”等问题。5—4决策分析让企业顺利运营 ~ 在什么阶层、进行什么程度的决策 ~ 决策时要注意几点 为了让企业顺利运营，需要根据人员不同的职务赋予其不同的权限。这就是我们所说的授权行为。决策分析就是决定“对谁”进行“何种程度”的授权。【决定的有效期的长短】：如果决定的有效期长短不同（是涉及本月或下期的决策还是关系到中长期的决策），那么能够进行决策的阶层也不同。【对其他部门等的影响程度】：例如商品部管辖的库存变更等，也会对营业部或会计部门产生重大影响，所以此时要在管理层进行决策。此外，例如决定开始或停止与生意伙伴的交易，或停止主要商品的买卖等，也都不是最下层的直接负责人之间可以决定的问题。【价值因素】：关系到经营理念、行动指南、企业伦理道德的决策也都必须反映出总经理的意向。笔者在上一节也曾提到，一连串的假冒伪劣或品质问题等的出现，都是因为企业的价值观出现了问题。【是一次性的还是反复的】：根据这一要素的不同，判断基准也会发生变化。如果是反复发生的问题，那么只要事先决定好规则，以后就可以按照程序办事。

后记

笔者在学生时代爬山时，有经验的老手曾告诫过，“要是迷路了，就原路返回”。经商似乎也能用上这条经验。业绩不振就是公司“迷路了”的证据。如果读者所在的公司现在业绩低迷，那么奉劝读者认识到自己迷路了，然后试着重新回到管理的出发点上来。相信本书可以成为您再次出发的亲切向导。笔者认为，“明白”等于“知道怎么做、怎么用”，希望读过本书的各位读者也能把所学的德鲁克理论发挥到实际的工作中。为了发挥理论的实践作用，请读者们对照本书的内容，逐条验证自己公司和自己的工作。这样一来，也就加深了对理论的了解，同时清楚了必须修正的部分。德鲁克也说过，“人在教别人时学到的最多”。所以，希望读者也把本书所学的知识教给自己的下属。读者肯定能从中发现自己学习时含糊不清的部分，从而加深对德鲁克理论的理解。其实笔者在撰写本书时，也重新发现了自己含糊不清的项目和快要忘记的内容。笔者受益匪浅，并相信可以应用在自己今后的商务咨询工作上。在全书的最后，笔者要首先感谢自己正在上大学的儿子。他帮助笔者推敲文章的内容，指正了漏字错字并指出了文章表达不清之处。感谢他的帮助。最后的最后，笔者想感谢日本能率协会管理中心出版事业部的桑田笃先生。承蒙桑田先生自企划阶段起的热心指导，本书才得以顺利出版。在此表示最真诚的感谢。

《图解德鲁克》

编辑推荐

德鲁克一生共创作41部管理著作，被称为“现代管理之父”。他的理论恰到好处地对管理的本质做出了系统的诠释，获得了全世界的普遍认同，是顶级的管理理论。他的读者遍布全球，甚至可以说没有企业家或管理学家敢宣称没受过他的影响。日本知名中小企业诊断师、社会保险劳务师藤屋伸二反复研读德鲁克著作达100多次，并结合自己的成功实践经验，采用整理术的方法，利用图解的形式，对学习内容进行分类梳理。在《图解德鲁克:头脑整理术》一书中，每一张图都代表了德鲁克的一个重要管理思想。对大部分没有时间去通读41本原著的读者而言，可以通过本书，仅用50分钟，纵览德鲁克的几乎全部重要思想，轻松了解德鲁克的整个理论架构。

《图解德鲁克》

精彩短评

- 1、 It you want to study 德鲁克, it would be a good start.
- 2、 竟然没有读下去.....还是看原文吧

《图解德鲁克》

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.tushu000.com