

《MBA名校的10堂课》

图书基本信息

书名：《MBA名校的10堂课》

13位ISBN编号：9787500589761

10位ISBN编号：750058976X

出版时间：2006-7

出版社：中国财政经济出版社

作者：彼得·纳瓦洛

页数：338

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

《MBA名校的10堂课》

前言

我希望你能真正享受本书的内容，同时也希望它在你的书架上能永远占有一席之地，成为一本让你可以一遍又一遍阅读的参考指南。在结束之前，我想最后讲一下本书和MBA经验之间的关系。首先，我要强烈重申在第一章就开宗明义提到的一点，那就是本书永远不能成为MBA经验的完美替代品。诚如我在那一章所说的，每一个好的商学院至少都会为其学生们提供两大优势。第一个优势是传授一整套关键性的概念、工具及技巧，这些正是这我希望在本书中完整介绍给你的。然而，第二项优势则是无价的网络，学生们把建立这种网络视为MBA经验的一部分。

《MBA名校的10堂课》

内容概要

《MBA名校的10堂课》由纳瓦洛教授及十几位国际知名教授联手推出，浓缩了MBA十门主要课程的内容，用通俗易懂的语言，向读者传授了只有通过正规MBA学位教育才能掌握的概念、工具和知识。作者除了分别讲解各个学科的内容外，还专门用一章的篇幅讲解了各门课程之间的联系。在讲解每一门课程前，作者用图表的形式展示了该门课程各部分内容之间的联系，读者不仅可以在最短的时间内掌握MBA课程的精髓，更能将所学的知识融会贯通。《MBA名校的10堂课》讲解的十门课程包括战略管理，宏观经济学，战略营销，运营与供应链管理，财务会计，管理会计，公司理财，组织行为学，统计、决策分析与建模和管理经济学。对《MBA名校的10堂课》作出贡献的知名教授包括：西北大学凯洛格管理学院Daniel F. Spulber教授；加州大学Irvine分校管理学院Peter Navarro教授；华盛顿大学商业管理学院Richard J. Lutz教授；圣克拉拉大学Leavey商学院Steven Nahmias教授；华盛顿大学埃文斯公共管理学院Leslie K. Breitner教授；杨百翰大学名誉退休教授Ray H. Garrison；麻省理工大学斯隆管理学院Stephen A. Ross教授；西澳大利亚大学管理学院Steven L. McShane教授；斯坦福大学商学院Charles P. Bonini教授.....如果你正准备报考MBA并希望在开始上学前了解即将学习的课程以提高竞争力，或者你已经获得MBA学位，并希望对所学的知识进行系统的整理，或者你想去学习MBA但苦于没有时间，那么这《MBA名校的10堂课》将最适合你。

《MBA名校的10堂课》

作者简介

彼得·纳瓦洛Peter Navarro，纳瓦洛是加州大学Irvine分校管理学院的商学教授，他的文章散见于各大报章杂志，包括《商业周刊》、《福布斯》、《哈佛商业评论》、《斯隆管理评论》、《华尔街日报》、《纽约时报》及《华盛顿邮报》等等，并经常在CNN、CNBC、Bloomberg TV、Marketplace及NPR等主要媒体上露面。

书籍目录

第一篇 MBA概述

第一章 谁应该读这本书？

第二章 MBA课程综述

2.1 “概念框架”的运用

2.2 案例学习法的应用

第二篇 战略及策略类MBA课程

第三章 战略管理

3.1 步骤一：设定公司目标

3.2 步骤二：进行外部及内部分析

3.3 步骤三：培养竞争优势

3.4 步骤四：选择竞争战略

3.5 步骤五：设计组织架构

3.6 本章总结

第四章 宏观经济学与适时的商业战略

4.1 真实商业环境中的宏观经济学

4.2 宏观经济学的学派之争

4.3 小布什和格林斯潘的过度刺激

4.4 商业周期的定义

4.5 从理论上来管理商业周期

4.6 商业周期管理实践

4.7 本章总结

第三篇 MBA的职能类课程

第五章 战略营销

5.1 市场导向

5.2 识别并满足顾客需求

5.3 发展营销战略——目标设定及市场细分

5.4 发展营销战略——建立可持续的竞争优势

5.5 设计营销规划（4P）

5.6 关系的建立与经营

5.7 本章总结

第六章 运营管理与供应链管理

6.1 总体规划

6.2 库存管理

6.3 生产管理

6.4 供应链管理

6.5 作业排程

6.6 项目排程

6.7 设备布局及地点

6.8 质量及可靠性作业规划

第七章 财务会计

7.1 导言

7.2 主要的财务报表

7.3 会计问题

7.4 财务报表分析

第八章 管理会计

8.1 内部会计系统的目的与应用

8.2 预算在战略及利润规划过程中的角色

8.3 为不同的目的支付不同的成本

8.4 分权化及责任会计制度

8.5 本章总结

第九章 公司理财

9.1 引言

9.2 长期的资本预算

9.3 个别投资者的最佳投资组合

9.4 资本融资及资本结构

9.5 短期现金流管理

9.6 本章总结

第四篇 MBA的组织与领导力类课程

第十章 组织行为学

10.1 个人行为及过程

10.2 团队过程及领导力

10.3 组织过程

10.4 本章总结

第五篇 MBA的工具箱

第十一章 统计、决策分析及建模

11.1 统计分析及数据评估

11.2 决策和风险分析

11.3 建模及分析

11.4 本章总结

第十二章 管理经济学

12.1 需求、定价和营销

12.2 供给和生产理论

12.3 市场进入、退出与市场战略

第十三章 结束语

章节摘录

从组织行为及人力资源管理的角度来看，在公司运营初期，你和你的创业伙伴很可能认识全部或绝大部分员工，而且多数决定是由员工和你们一起制定的。就像许多创业者一样，你在管理公司时往往凭借着一股勇气与冲劲，而不是遵循管理教科书讲述的原则按部就班地进行管理。

然而值得注意的是，随着你的公司持续成长和扩张，你会发现要追踪每一个人的动态就显得越来越困难，任何关于你个人管理风格上的瑕疵都很有可能被放大。因此，一旦你这个初出茅庐的小公司逐渐扩张到某个程度，你就有必要更加关注公司的组织架构，并且留意你有什么能激励员工为公司效命的制度，以确保公司不但可以有效率地运作，还可以充分发挥它的潜能。这时，你将会越来越依赖组织行为与人力资源管理团队，因为他们能够帮你把适当的人放在适当的位置，并设定管理的标准流程以确保获得最好的管理绩效。而且最重要的可能是，他们能创造一个具有高道德标准、生产率最大化且遵循效率原则的管理文化。

当你的公司扩大到一定规模时，建立一套科学的制度来管理公司而非单纯靠直觉行事，将会变得越来越重要。你的定量分析专家们从公司创立伊始就扮演了关键的角色，随着公司的扩张，他们所肩负的责任也越来越重。在公司逐渐扩张的阶段，你也应该更加注意所处的政策与管制的变化，而这个部分正是你的企业与政府团队一展身手之处。你想在某个州新设一座工厂吗？那么你可能必须向当地的市议会或州议会进行游说，以顺利取得在当地设厂的许可。你的公司主要是通过网络销售获益吗？那么你要注意，有些州甚至是联邦政府可能会课征高额营业税，对此，你所属的产业准备进行激烈的抗争。一个较高的创业投资赋税减免额是否能诱使你选择留在当地开设新工厂，从而把工作机会留在国内？这可能是个有力的论点，你们公司的游说小组可以据此说服国会议员或相关委员会。

在公司扩张阶段，你最好也能对全球经济环境有更多的了解，特别是如果你打算在国外生产，或是想把产品销售到国外去，了解这一点是相当重要的。这时你必须再请你的战略管理团队出场，协助你顺利通过任何文化上的、地缘政治学的以及物流管理的地雷区。

原本很小的公司通过了重重考验，成长成为一个能够在纳斯达克(NASDAQ)进行“首次公开发行股票”(IPO)的公司，最后跻身纽约证券交易所里“高市值股票”的行列中。发展到这个阶段，你和公司里所有的员工都希望能依循相关法律规定及某些伦理上的准绳来经营这家公司。然而，在一方面不断设法吸引顾客，而另一方面又要设法击倒竞争者的过程里，你会发现——至少有时候是这样，法律会允许你去做一些实际上很可能和你的伦理标准相冲突的事。遇到这种情形时，你应该选择将股东的利益放在首位，还是选择不违背自己的道德良知呢？在这些阻止你驶向利益的伦理标准冲击之下，到底你要如何选择去做“对的事情”呢？我们希望在律师们及其他顾问的协助下，你可以找出解决这个两难问题的办法。同时请别忘记，企业伦理学这门课程所传授的扎实的概念基础，对你绝对也有很大的帮助。

根据我们对MBA核心课程采用不同方法进行的介绍，我希望已经为你提供了一个宽广的视野，让你对本书有一个概括的了解。同时，我希望已经激发起你阅读本书的兴趣。

《MBA名校的10堂课》

媒体关注与评论

读一本书，掌握MBA十大课程的精华。 同步学习斯坦福大学、沃顿商学院、斯隆管理学院等一流名师的MBA课程精华。 将当今各大MBA名校名师在课堂上传授的智慧浓缩到一本书中，讲授了只有在正规MBA课程中才能学到的管理概念、工具和知识。

《MBA名校的10堂课》

编辑推荐

《MBA名校的10堂课》由纳瓦洛教授及十几位国际知名教授联手推出，浓缩了MBA十门主要课程的内容，用通俗易懂的语言，将当今各大MBA名校名师在课堂上传授的智慧浓缩到一本书中，讲授了只有在正规MBA课程中才能学到的管理概念、工具和知识。读一本书，掌握MBA十大课程的精华。同步学习斯坦福大学、沃顿商学院、斯隆管理学院等一流名师的MBA课程精华。

《MBA名校的10堂课》

精彩短评

- 1、里面内容很多，比较泛，可以了解一下商业运行.....
- 2、虽然还没看到一半，不过已经感觉到一门新学科摆在我面前，要了解他也是不容易的呀！！！！
- 3、这本书帮我梳理一下所学知识，对明年写论文带来启发。
- 4、好看
- 5、实用至上 快速接近
- 6、通俗易懂，知识框架清晰！
- 7、随便翻翻就觉得很专业啊
- 8、既是MBA课程的介绍，也是管理知识的梳理，很好！
- 9、不错，属于系统介绍，纲要性质的。对系统学习有帮助。
- 10、还未看完，但却是很有价值的一本书，能比较清晰的了解MBA的一些学习方向~原文的也许更有学习价值。
- 11、搞工程的人扩大自己知识面的好教材。
- 12、对于我们这种非经济专业科班出身的朋友，这是一本好书。普及了很多经济学中很核心的概念和名词使我受益匪浅，因而十分喜欢这本书 郑重向不会念经济，却对经济学感兴趣的朋友推荐，不妨读一读
- 13、买个老公看的，他说不错
- 14、送给朋友的做礼物，很实用，很不错。
- 15、这本书浓缩了很多MBA课程的精华，属于概述性的书本，给不了解MBA课程的人一个宏观的概念。十分赞！
- 16、不是很容易看懂，可能太浓缩了，需要比较高的水平或者反复阅读
- 17、正在研读中，非常喜欢，纸张质量和内容都很好，翻译得也不错
- 18、非常好的一本书，通过简洁、系统地描述告诉我们MBA知识体系的框架和线索，可以视作为学习“目录书”。
- 19、汇集了全世界各大名校的MBA课程体系，帮助任何想进修MBA课程的人对整个学习体系有更透彻的理解，十分推荐这一本书
- 20、还没仔细看 包装很好 内容有一定难度
- 21、虽然书本够大 但是内容啰嗦
- 22、这是一本非常不错的书，对希望读MBA，且对MBA课程不是很了解的人，会有很大的帮助！同时，对于读过MBA的人来说，也是一本很好的回过头来将课程从纵向和横向反思的一本书。
- 23、讲得不深，所以建议想了解基础知识的人可以看看。
- 24、这本书要有一定实践经验的人看。
- 25、入门级MBA书籍！很好用！
- 26、什么都很好，很快不需要操心的购买
- 27、是一本有阅读价值的书。可以和对自己的不足。
- 28、书还没读，不过在当当买书还是很方便的
- 29、内容是工商管理硕士课堂内容的简单介绍，并没有深入详细的讲解。不推荐。
- 30、虽然不能教什么知识，但是可以扩展下眼界，而且，非常有效
- 31、了解下什么是商业.....
- 32、帮同事代买的书
- 33、比较实用的一本书，可以作为MBA入学前的参考，当然篇幅所限，不可能太全面。
- 34、会对以往工作中学习的动有一个梳理，另外也会对工作的一些困惑找到些思路。
- 35、公司统一订阅书籍，就给几个高层买的，是中欧商学院用的书本、
- 36、这个书还可以凑合看
- 37、内容比较软实在，很好很好~
- 38、值得收藏的好书思路很清晰
- 39、对MBA有兴趣的可以先看起来,能够有个初步的了解,几乎把MBA课程都涉及到了.书中的案例分析

《MBA名校的10堂课》

的不是很透彻。

40、在管理一途想要提高自己的素养，除了工作实践中的检讨感悟与交流、参加培训与研讨，最好的就是阅读业界的权威书籍并着力于将之消化与传授给企业内部的员工了。

41、高度概括总结，入门

42、适合于想了解mba知识的人阅读 比较好理解

43、这本是关于MBA应该掌握和理解的知识的总结，书中内容对于即将学习MBA、正在读MA和已经毕业的MBA同学来说具有重要的知道意义，不仅仅是指导学习，还可以帮助我们在解决工作中的问题。书中内容涵盖广泛，涉及到知识点和分析问题以及解决问题的工具都一一阐述。极具参考价值。

44、有点深度，没怎么看，惭愧！

45、以上八个字，是我对这本书的评价！

什么是好书？

好书就是网上找破头也找不到，逼着你来当当买的这种！

46、耐人深思，从简单中去体会不简单

47、简单大致的介绍了MBA的基础知识，如果想详细了解的，不建议买。

48、内容还行，纸张不好，太薄

49、知识的浓缩

50、强力推荐

51、读懂需要点时间

52、一本MBA课程的浓缩版书籍,并且有线条的将课程的重要知识串联起来,让你读起来更清晰,个人认为是一本不错的书.

53、提供一个学习的框架或者说地图，很好。

54、正在看

55、系统、有组织性的介绍了MBA的主要课程，对每个课程都有例子和指导，讲解清晰。对于希望学习MBA课程的人有入门帮助。但还不够深。

56、對於剛接確mba課程的人來說,是值得讀的書

57、看了一半，感觉收获还是蛮大的~

58、比较全面的讲述了MBA涉及的东西，整体表达的语言比较容易接受。

59、里面还有打印不太好残留的大黑块呢

60、只是概念性的介绍，很多数量分析的方法没有介绍具体细节，只能说是一个看到一个MBA的轮廓

61、大致翻了翻，还可以

62、暂时还没有读 不过既然是介绍的 应该不错

63、书还没有看完，只看了一部分，浅显易懂！看了书了解框架，觉得更需要读一下MBA

64、开始自学MBA的路程了---呵呵

65、看看可以....一些概念,沾個醬油而已..

66、这本书很不错，推荐阅读！

67、写的既概括又具体

68、朋友要考MBA 给他买几本书学习下 . .

69、较全面的介绍 mba，可以入门用

70、书的内容比较基础，适合大部分有兴趣的人学习

71、性价比很高，内容很全面，挺值得

1、MBA诞生于美国。经过近百年的探索和努力，它培养了为数众多的优秀工商管理人才，创造了美国经济发展的神话和奇迹。MBA被誉为“天之骄子”和“管理精英”，成为企业界乃至社会敬重和羡慕的特殊人物，甚至在公众心目中被视为“商界英雄”。据统计，美国最大的500家公司的总经理、董事长等高层主管，绝大多数都是MBA。这一惊人的事实，是对MBA教育的成功业绩的最好说明。MBA意味着超群的能力、胆识、品德；代表着财富、地位、权力、荣誉；预示着希望、成功和辉煌。

七十与八十年代，可说是世界各国MBA的黄金时代。以美国为首的西方国家，经济上处于好景，企业需要大量的管理人才，特别是来自著名大学的商学院毕业生，MBA学位于是形成供不应求的现象。由于学生对MBA趋之若鹜，世界各地知名与不知名的院校，纷纷设立了MBA课程，在美国，MBA课程更是数不胜数，形成了泛滥的情况的出现。平心而论，限于师资、图书设备以及学生本身的学术根基薄弱等因素，某些院校的MBA课程，素质上确是有问题。八十年代后期为MBA的高峰期，到1991年，修读MBA课程的学生开始略有下跌。其后若干院校对MBA课程进行革新，1993年开始报读人数又再回升。

对外国（尤其是美国）MBA课程的批评，过去一直都有，但近年特别严厉。有的批评来自商界主管人士，有的则是商学院任教的学者。批评的焦点是各院校培养出来的MBA人才不能满足商界的需要。简单来说，商界所需要的企管人才要具备以下才能：具有领导技巧，有解决问题的能力，能与人沟通，以及具有团队的合作精神。

在学者当中，近年批评最激烈的首推加拿大麦基尔大学管理学著名的亨利·明茨伯格教授（Henry Mintzberg）。明茨伯格认为：“MBA课程训练出来的毕业生犹如雇佣兵，除了少数的例外，他们对任何行业或企业都没有承诺感。这些MBA课程创造了一套错误的企业价值观。”明茨伯格对著名的哈佛商学院“纯”案例教学法的批评尤为猛烈，认为案例方法只训练人们对自己几乎一无所知的事务妄加发言（见“MBA Newsletter”，1993年11月）。此外，亦有批评者认为哈佛商学院的案例教学法强调个人表现，不重视团队工作（teamwork），其强调评分法（每班低成绩的学生须占百分之十）助长的个人竞争而不是团队合作，因而导致企业不良的后果（见“Business Week”，1993年7月19日）。除上述外，其他对管理教育的批评（包括MBA与BBA）尚有下列数项：课程的割裂性，毕业生沟通技巧差，以及缺乏商业首先等。

针对有关批评，各著名商学院进行了反思，并对MBA课程进行了一系列的革新：

（一）按综合性（integration）原则设计了MBA课程，不是按职能（function）独立分科讲授，其中卓有成效的有美国的Babson学院等。印第安纳大学商学院亦进行课程重整与综合，减少重复的地方，使教材更合逻辑性。据有关资料透露，哈佛大学商学院把MBA第一年的十一门必修课程浓缩为四门综合性课程（见“MBA Newsletter”，1993年11月）。明尼苏达大学亦于1993年9月开始把MBA课程综合化，并分为三个“核心”：基础核心（Foundation Core）、职能核心（Functional Core）和领导才能核心（Leadership Core）。

（二）重视团队合作精神：建立团队文化已成为各MBA课程的一个主流思想。印第安纳大学要求学生分组，在课室内外均进行合作。哈佛大学亦对一年级MBA的team project增加25%，并规定团队合作的研究计划应达到一个最低数目。此外亦改变学科的评分会，减少目前学生的剧烈竞争状况。

（三）重视学生的“软性”技巧（“soft” skills）训练。美国若干大学已在精心设计一些有关课程（特别是行为科学学科方面），并进行试验，例如透过学期研究计划，课堂报告，人际活动等方法，对领导才能的软性技巧进行训练。香港中文大学工商管理硕士课程亦要求新入学的二年制全日学生参加一项“外展训练学校”开设的课程，为期一周，训练学生的毅力、领导才能与团队精神，效果显著。

（四）重视商业道德的训练：重视商业道德是世界各地MBA课程的一大趋势。法国巴黎高等商学院（HEC Paris）的MBA课程甚至采用一套新颖的方法，把学生送到阿尔卑斯山的一间寺院进行道德训练。该校不认为在一些MBA课程加上道德观念的探讨就能使学生变得更有商业道德。

（五）重视沟通技巧的训练：美国达特茅斯学院Tuck商学院及NYU Stern纽约大学均聘有专责教授负责管理沟通技巧的讲授。

（六）课程的全球化（Globalization）：美国商学院遵循精英商学院协会组织（AACSB）的指引，已纷纷把各课程变得更为国际性、全球化，这趋势在八十年代中已开始。目前享誉正隆的伦敦商学院（LBS）与法国的INSEAD，不论在课程上或学生的组成上均以国际性作标榜。

以上是几个当前MBA课程发展的大趋势，是对批评者的一个回应。可以预见，今后MBA课程会更趋向实用化，严谨化和合理化的道路发展。

2、虽然没什么实际的知识或者案例但是可以扩展眼界，在大学刚毕业时读还好。如果工作几年回头看，又会有不同的感受。分章节很好说明了MBA教育的全部内容，如果大学毕业想未来读MBA,应该

《MBA名校的10堂课》

从这本书看起，明白为何要读MBA，读了又是得到什么

《MBA名校的10堂课》

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