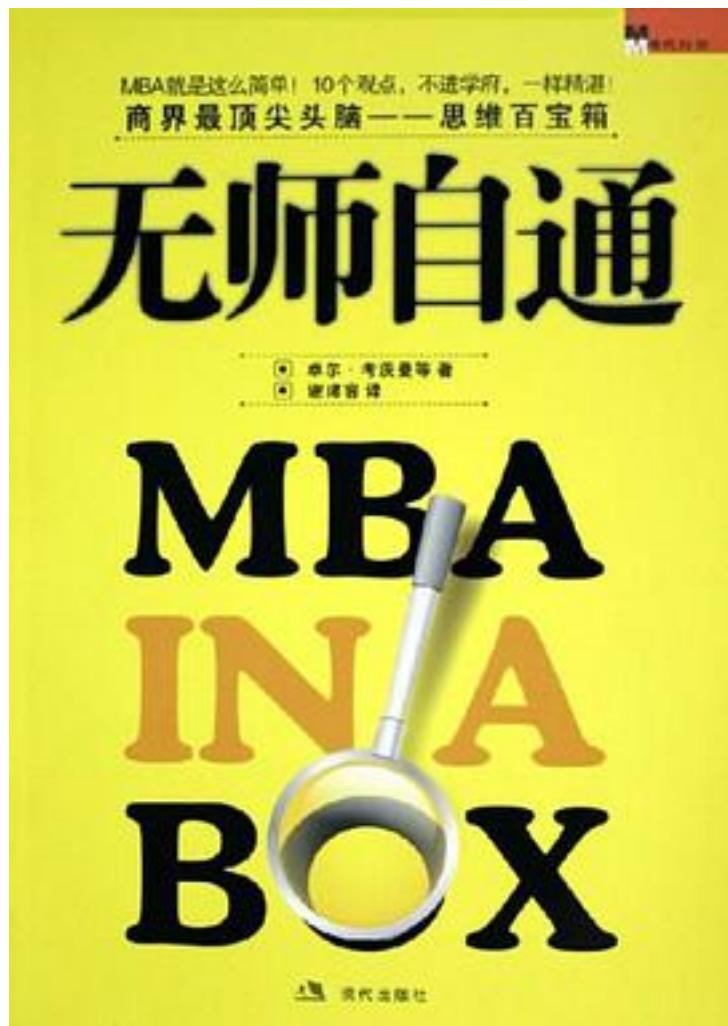


无师自通MBA



[无师自通MBA 下载链接1](#)

著者:卓尔·考茨曼

出版者:现代出版社

出版时间:2005-5

装帧:简装本

isbn:9787800287695

《无师自通MBA》主要内容包括：10个领域让你无师自通MBA：1. 创新——不断改善

产品与服务使其更精致。2. 可持续经营——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让思考清晰。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——自我成长是成功领导的基石。8. 行销——行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。《无师自通MBA》的目的很简单——帮助读者更有成就。我的目标是帮助读者改变观点，颠覆思考，拓展视野，以一种全新的非同寻常的视角观看世界。《无师自通MBA》还有另外一个目的。尽管这是一本严肃的、富有思想和深度的书，但它同时也不失趣味性。你可以把《无师自通MBA》看作是一个可以随时倾诉和咨询的友人，它总是能告诉你些什么，时而缕析条陈，时而据理力争，几乎从来不会支支吾吾模棱两可。你可以把《无师自通MBA》看作是一个帮助你刷新思维的工具，任何时候遇到棘手难题都可以用到它。《无师自通MBA》充满了“大想法”，但却着眼于实用性。你可以随时打开《无师自通MBA》，一路翻阅下去。如果你能用这些方式来享受《无师自通MBA》，那我们的目的就算真正达到了。如果你把《无师自通MBA》放在办公桌后面的书架上，它还可以随时为你效劳。网络服务和网络资讯固然强大实用，但是一套用某钻石品牌的一句古老广告语——书籍恒久远。《无师自通MBA》是设计来让人频繁深入地使用的一《无师自通MBA》。全书按照普通人进行商业经营和思考的方式进行编排，佐以一些重要书籍的简短节选。每一部分都既包含了新奇的创思，也包含了如何将生意做得更好的日常智能和理念。每一篇文章都由一名具有真知灼见的作者写成。你可以用以下三种方法来使用《无师自通MBA》：第一种方法是逐页阅读。第二种方法是把《无师自通MBA》常备手边，任何时候，如果你需要创意或新的想法，都可以拿起来翻一翻，让它唤起你的想象力和创造力。第三种方法也是把《无师自通MBA》常备手边，让它帮你解决你所遇到的问题，或让你对当下的课题有一个基本了解。前两种方法很清楚，毋庸赘言，但第三种方法要求你首先要了解自己所遇到的问题或冲突，然后找到相应的章节，从中寻求建议。书中的每一部分都探讨了某一类型的商业问题。《无师自通MBA》充满了“大想法”，但却着眼于实质性，任何时候遇到棘手难题都可以用到它，是帮助你刷新思维的工具。

作者介绍:

目录:序言

第一章 创新：突破是如何发生的

人们买的不是发明和技术，而是能够解决问题的创新

“不和别人好好玩”：破坏性技术的角色

区域、集群和竞争

通往突破和利润的未知之路：医药学和生物技术

与自然力量共舞：生物学企业的突破

第二章 可持续发展：除了钱什么也不赚的企业不是好企业

可持续经营的企业是负责任的企业

地球，开始出现了问题

为什么跟着激情走能带来利润

地面短传渗透：全球化的小孔策略

第三章 金融和会计：“我们再也不是在堪萨斯州了”——找到数字的真谛

金融是保持发展、汇聚财富、创造工作机会的艺术和科学

纯属事实，绝非虚构：真实世界的财务报表

大富翁游戏的挽歌

透明度：看穿华尔街的预言家

关于员工购股权

第四章 战略：选择正确的道路——战略方向的重要性

利润不是自然产生的：寻找变动不居的利润区

运用平衡计分卡丈量：企业通向成功之路

第五章 管理：管理就是从员工的本垒打得分

执行力是竞争力的源泉

“重要的是流程，傻瓜！”积极寻求更佳业务模式

有效的组织模型犹如润滑的机器

在团队中工作及其他非自然的企业活动

授权

可疑的内部竞争策略

商务人士的信息科技

动荡时代的生存七道

第六章 人力资源：为什么脑力胜过臂力

“我们最了解的事是还没有被教会的事”：组织知识从何而来

创造价值的是智能资本而不是金融资本

当你的资产自己离开：保持和激励知识工人

如果你不能创造价值就不是真正的创业家

创新和商业化：开启知识产权的价值

协作工具

首席执行官会加入工会吗？

是否还有资本去冒险？风险投资行业的演进

第七章 领导力：如何成为一个领导，并有机会传经送宝

领导力是1%的天才加99%的汗水

关于领导力的七个神话以及谁应该成为掌门人

领导者到哪里去了？

第八章 营销：“找出顾客想要什么，以及要的方式，然后完全照办”

十大营销戒律

猎人和农夫：创建以顾客为中心的销售和营销队伍

批量定制：满足顾客所需

从零和到双赢：基于绩效的定价方法

谁，什么，怎么做：品牌的艺术和科学

从麻雀到凤凰：如何将普通商品变成特殊商品

第九章 沟通：“愚人自说自话，智者与人说话”

正确说话：企业传播的威力和影响

永远不是闲聊：如何与媒体说话

第十章 执行：在茶杯和嘴唇间失落，好主意也可能变馊

再造

互联网的真正影响

好产品的坏际遇：从第三代苹果电脑得到的教训

后记

· · · · · (收起)

[无师自通MBA](#) [下载链接1](#)

标签

MBA

管理

评论

期待 期待 期待

没有看完很后悔

烂书

[无师自通MBA 下载链接1](#)

书评

可持续发展

企业的目的是什么，答案之一就是：让世界更美好。从根本上说，可持续意味着生存。十年前旧的达尔文主义的弱肉强食模式已经让地球出现严重问题，新的更具整体观的模式应运而生：要么参与维护整个生态系统，要么全体灭亡。企业必须主动制定能够促进社会公平和环境健康...

[无师自通MBA 下载链接1](#)