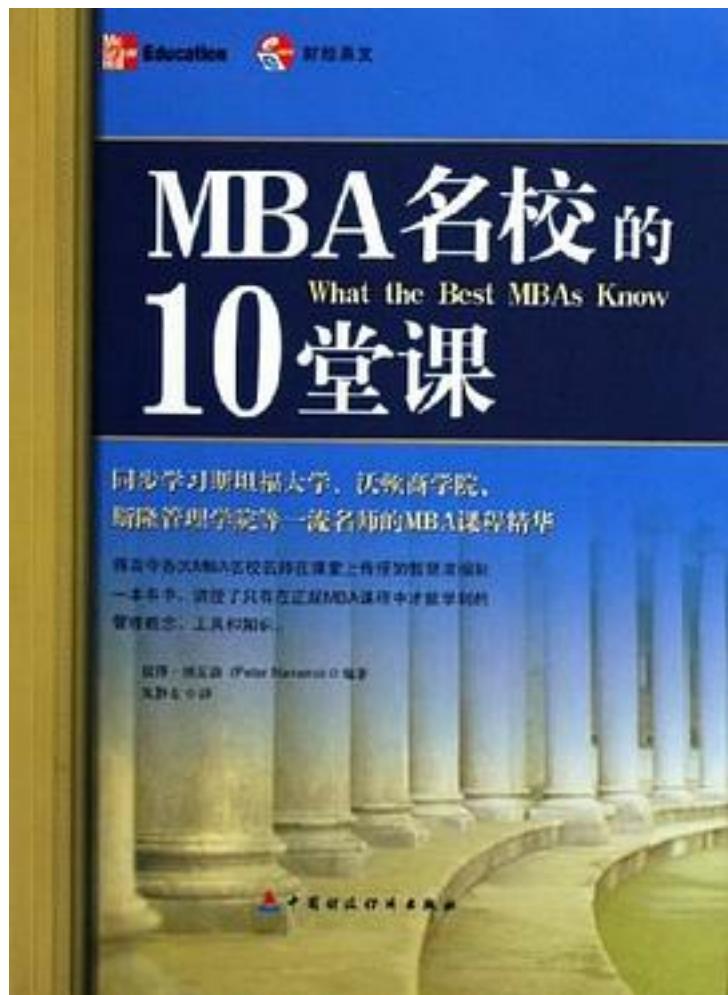


# MBA名校的10堂课



[MBA名校的10堂课\\_下载链接1](#)

著者:彼得·纳瓦洛

出版者:中国财政经济出版社

出版时间:2006-7

装帧:

isbn:9787500589761

《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。

## 作者介绍：

### 彼得·纳瓦洛Peter

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。

## 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 导言

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

• • • • • (收起)

[MBA名校的10堂课\\_下载链接1](#)

## 标签

MBA

管理

商业

mba名校的10堂课

经管

Management

职业化

美国

## 评论

是工商管理学的一个提纲式整理，是一种MBA的学习方法，然而对于实践中的应用，任重道远。

-----  
虽然不能教什么知识，但是可以扩展下眼界，而且，非常有效

-----  
高度概括总结，入门

-----  
提供一个学习的框架或者说地图，很好。

看看可以....一些概念,沾个酱油而已..

正在看

这是MBA的入门和经典书。值得珍藏。他介绍了MBA10大核心课程，可惜由于篇幅伦理  
ethetics和government policy没有详细描述。

强力推荐

纯介绍的意思，毫无实质内容～

好看

[MBA名校的10堂课 下载链接1](#)

## 书评

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、...

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 下载链接1