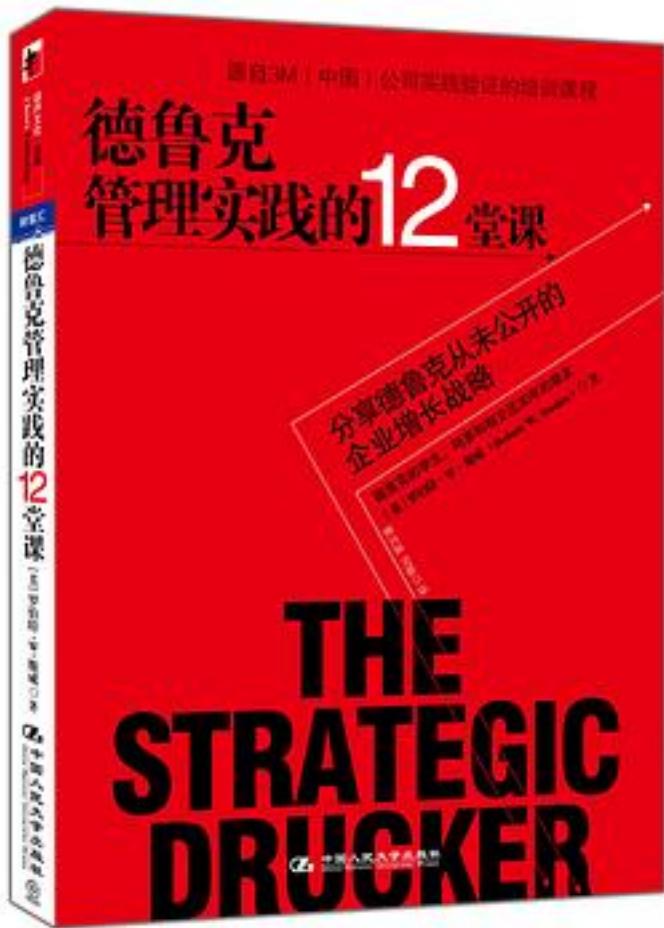


德鲁克管理实践的12堂课



[德鲁克管理实践的12堂课 下载链接1](#)

著者:罗伯特·W·斯威

出版者:中国人民大学

出版时间:2010-9

装帧:

isbn:9787300125794

《德鲁克管理实践的12堂课》简介：作为全球广为人知的“现代管理学之父”彼得·德鲁克的学生、同事、相交近30年的朋友，斯威博士在深刻领悟德鲁克管理著作之精髓之后，将德鲁克管理理论浓缩成12堂培训课，并已经过3M公司实践验证。

《德鲁克管理实践的12堂课》专注于德鲁克有关企业增长战略的观点，详细论述了德鲁克的战略思维过程，并概述出了落实恰当的增长战略所必须采取的关键步骤。另外，《德鲁克管理实践的12堂课》还评述了德鲁克对高级管理层和规划者在战略规划过程中必须扮演哪些关键角色，以及高管决策具有怎样的重要性这两个问题的回答。

无论你现在是为组织做出战略决策的领导者和决策者，还是组织着力培养的未来领导者和决策者，你都可以从《德鲁克管理实践的12堂课》所包含的深刻见解和实用工具中受益。

点击链接进入英文版：

[The Strategic Drucker: Growth Strategies and Marketing Insights from the Works of Peter Drucker](#)

作者介绍：

罗伯特·W·斯威博士有40多年的国际商业实践经验。他是科图集团的总裁，还曾先后在日内瓦公司和西方石油公司担任高管，在美孚石油公司和施乐公司担任销售和营销职位。在管理学以及高管培养领域的教学和研究上他也表现卓著。他与彼得·德鲁克合作，将大师60多年来形成的管理思想与实践相结合，创建了一个面向中国高管和管理者的EMBA和高管培养计划。

在北京，斯威博士是客座管理学杰出教授，为对外经贸大学、北京理工大学和人民大学讲授战略、营销以及其他EMBA课程。

目录: 前言

第1堂课 先把好增长管理的第一关

“对管理层而言，仅仅嘴上说‘我们需要增长’是不够的，管理层需要一个合理的增长策略——同时具备最低和最优目标的理性增长策略。”

企业需要实现增长——通过销售、营销和创新来实现“有机增长”，通过并购和战略联盟来实现“外部增长”。

第2堂课 企业宗旨能为增长战略做什么

“满足客户的需求，这是每一个企业的使命和宗旨。”

我们的企业是什么？我们的企业将是什么？我们的企业应该是什么？这三个关键问题几乎定义了德鲁克处理企业战略和营销的方法，目标不是结局，而是方向；不是命令，而是承诺。

第3堂课 从创造你的客户开始

“企业的宗旨是创造客户。”

这是一个巨大的德鲁克空白，我必须要给他的定义加上“……和保留客户”加以弥补。因为赢得一个新客户的成本要比保留一个客户高5倍。

第4堂课 企业致命的五宗罪

“企业的成功没有唯一的公式，因为每个企业和行业都是不同的。每个企业都需要适合于自身的策略和战略，但也都需要避免‘企业致命的五宗罪’。”

当企业觉得他们还有那么几年好日子过时，他们往往试图维持现有产品，即使其销售额已经开始下降，客户偏好和市场也在改变。

第5堂课 不创新的企业难以生存

“创业是一种‘行为’，而不是一种个性‘品质’，其根本在于概念和理论而不是直觉；创新是一项‘让人力及物力资源具备新的、更大的财富创造能力的任务’。”

你完全可以囊括更全面的营销讨论以及相关的工具，一个值得考虑的最佳战略是利用“创造性模仿”攻取别人已经建立的市场。

第6堂课 学会有计划地放弃

“除了要有一个未来愿景，管理层还需要系统地分析企业现有的业务和产品。‘有计划

地放弃’，需要得到落实，即使现有的老产品仍然在赚钱。”
之所以要有计划地放弃，目的是不要再为维持昨天而浪费大量的资源，而要把这些资源留给未来的机会和明天的增长。

第7堂课 用外部增长刺激企业战略

“20世纪80年代的兼并风潮并非出于商业原因，而是纯粹的财务操弄。收购必须要有商业合理性，否则即使仅仅是财务策略，它也不会成功，而只会导致商业和财务的双重失败。”

在决定收购之前应该透彻地思考德鲁克的原则，回答他提出的关键问题：我们为什么要这样做？是出于商业原因，还是出于财务原因？

第8堂课 家族企业的增长核心必须是“企业”

“只有家族服务于企业，企业和家族才能生存和发展。在‘家族企业’这个词组中，核心词不是‘家族’，而必须是‘企业’。”

作为一种特殊的类型，家族企业还有其他的战略问题需要解决，那就是生存和所有权继承。不要把这个重要任务留到最后一刻；继任者的遴选过程要有客观的外聘顾问参与。

第9堂课 抓住大变革中的增长机遇

“哪些已经发生的事会影响未来？”

观察外部环境，尤其是整个社会中正在发生的变革。因为这些变革会对战略以及创新机会产生重大的影响。这充分印证了德鲁克把自己看成是一个社会学家的事实。

第10堂课 面对变革我们还要做什么

“那些仍在幻想明天将会跟昨天一样的组织，很可能会遭受最大的损害。”

实施企业战略可能要求很多领域中的变革，比如工作方式、组织的结构、组织的决策、最高领导层等等。但不要遗漏了怎样规划和领导变革努力，利用哪些变革战略和策略等问题。

第11堂课 战略规划是个持续的过程

“战略规划就是在今天创造预期未来的决策。”

战略规划不是项一年一次的活动，管理者不能认为他们只要硬着头皮捱过这段时间了，之后就应该重新把注意力完全放回到今天的运营和问题上。

第12堂课 把决策力转化为行动力

“未实施的计划不是计划，只是美好的意图。”

在战略决策的背景下，我们常常会把问题的症状跟真正的问题混淆，而且由于注意力放在了症状上，问题就被忽视了，要制定一个行动计划，确定必须采取哪些行动、何时执行以及谁将负责决策的实施。

附录 战略管理实用工具

致谢

译者后记

· · · · · (收起)

[德鲁克管理实践的12堂课 下载链接1](#)

标签

管理

德鲁克

湛庐文化

战略

企业管理

创新

财富汇

商业

评论

确定企业战略，围绕客户定义产品及其价格，做差异化分析留住客户，不断创新让企业增长并抛弃衰退期产品。

more focused on strategic planning and organization development.

比较侧重于理论

概念很不错

很难评价这本书……想学习知识，但内容完全又是多套观点要么互相印证，要么互相反对。作者也不提出他的看法总结……（勾了一堆重点翻篇就说之前观点不对，你能感觉到那种心情吗）

@2011-01-19 09:58:38

[德鲁克管理实践的12堂课 下载链接1](#)

书评

[德鲁克管理实践的12堂课 下载链接1](#)