

<<品孙子兵法学管理>>

图书基本信息

书名：<<品孙子兵法学管理>>

13位ISBN编号：9787119069760

10位ISBN编号：7119069764

出版时间：2011-7

出版时间：外文出版社

作者：吴学刚

页数：299

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：<http://www.tushu007.com>

<<品孙子兵法管理学>>

前言

《孙子兵法》不仅仅是一部军事著作，它更代表着炎黄子孙的智慧、思想、文化，是几千年华夏文化的积淀，是中华文明的智慧根基、源泉。

作为华夏文化乃至世界文明中的瑰宝，《孙子兵法》不仅仅是一部兵书，它更是被世界誉为东方管理的圣经，与《周易》、《论语》、《道德经》一同构成中华文化的重要内容，在世界文化中占有重要地位。

《孙子兵法》也被广泛应用于社会、商业等领域。

中外许多管理者将《孙子兵法》的思想运用到经营管理中去，“兵书商用”，发挥了积极的效应。

在我国，移植孙子兵法理论用于经济领域，指导经营管理，指导商业竞争，远可追溯至战国初期周国的工商主白圭。

《史记·货殖列传》中记述：“白圭乐观时变，故人弃我取，人取我与”“岁孰取谷，予之丝漆；茧出取帛絮，予之食”，“趋时若猛兽鸷鸟之发。

”有人问他生财发迹之道时，他不无得意地说：“吾治生产，犹伊尹、吕尚之谋，孙、吴用兵，商鞅行法是也。

”白圭堪称是有意把伊尹、吕尚之谋，孙、吴用兵之法运用于商业活动中的第一人。

受近年“孙子研究热”的影响，一批专家学者和管理者开始重视《孙子兵法》在企业经营管理中的应用，一批将《孙子兵法》运用于经济领域中的著作相继出版。

如今，《孙子兵法》研究在管理领域非常盛行，被广泛运用在商业竞争、企业管理、企业发展战略等方面。

在国外，把《孙子兵法》的思想应用到企业管理中，最早始于日本的管理者和管理学者。

20世纪五六十年代，正值战后经济恢复和重建的日本，一批从军队转到地方的军人，开始把军事谋略思想运用到企业经营管理中，将《孙子兵法》、《三国演义》等中国典籍“嫁接”到企业管理上，从而在管理理论上形成了别具一格的“兵法经营学派”，并在管理实践中创造出让世人为之叹服的管理奇迹。

日本松下电器公司创始人松下幸之助曾多次说：“中国古代先哲孙子，是第一神灵，我公司职员必须顶礼膜拜，对其教诲必须认真背诵，灵活运用，公司才能兴旺发达。

”日本移植孙子兵学理论，用于经济领域的成功，引起欧美商业人士的关注，欧美等国也开始重视东方的经营管理思想，希望从中国古代经典中寻觅东方经营管理的方法，以改善西方传统的管理模式。

美国企业界，把《孙子兵法》引入到经营管理中，起步虽晚，但成效显著。

如美国的哈佛大学、哥伦比亚大学等高等院校，相继开设了东方管理思想课程，或《孙子兵法》讲座，翻译出版中国和日本与《孙子兵法》相关的企业管理方面的书籍。

美国军事学家和市场学专家法兰克·哈伍德博士认为：“《孙子兵法》中许多古老原则。

实际上在本世纪已经在商战和兵战中得到广泛应用。

”美国著名管理学家乔治也告诫经营管理者：“你想成为管理人才吗？

必须去读《孙子兵法》”。

在市场经济条件下，许多市场竞争的规律与战争规律是相通的。

现在从市场竞争的角度去重新研究《孙子兵法》中提出的许多论点、规律、思想，对面临新的挑战与机遇的中国企业与管理者来说，会有许多新的体会与感悟。

在两千多年的历史发展过程中，《孙子兵法》的军事思想哺育了无数的优秀军事家，在两千多年后的今天它将帮助管理者成为多谋善断、知人善任、运筹帷幄的“善之善者”。

本书希望能帮助你“技高一筹”，在管理理念和方法技巧上“更上一层楼”，迈向更辉煌的彼岸！

<<品孙子兵法学管理>>

内容概要

《孙子兵法》是我国同时也是世界现存最古老的一部兵书，涉及管理学、战略管理学等诸多方面，一直为历代政治家、军事家、商人、学者奉为至宝。各国管理者无不把它奉为经典，日本企业把《孙子兵法》作为高级管理人员必读书，美哈佛大学商学院，把《孙子兵法》融入MBA的战略课程中，作为<战略管理>、《成本管理》，《市场营销》以及通过竞争获取事业成功。在现代中国，《孙子兵法》更是成为管理学汲取养分的泉源。

<<品孙子兵法学管理>>

书籍目录

第一章 料敌制胜的战略管理

- 保全自身，蓄势待发
- 了解对手，更要了解自己
- 品牌铸就辉煌
- 出其不意，攻其无备
- 低成本是制胜的法宝
- 市场细分，准确定位
- 危机中寻觅机遇
- 知己之长，充分发挥

第二章 未战而庙算的决策管理战略

- 注重超前的战略意识
- 迅速正确地做决策
- 优秀的洞察力是决策的基础
- 决策决定着企业的发展
- 好的决策能够应对变化
- 充分调查，科学决策
- 决策不能脱离市场信息
- 决策一定要避免混乱

第三章 力求全胜的目标管理战略

- 愿景指明前进的方向
- 管理者的胆识决定目标的高度
- 制定目标务必务实
- 不容忽视的阶段性目标
- 目标必须切实可行
- 注重目标的效益
- 愿景：团队的最高目标
- 避免目标成为冒进的推手

第四章 健全完善的制度管理战略

第五章 合军聚众的团队管理战略

第六章 选贤任能的人才管理战略

第七章 未雨绸缪的危机管理战略

第八章 善于出奇的创新管理战略

<<品孙子兵法学管理>>

章节摘录

版权页：插图：军事上的“攻其无备”是指对敌方在其没有戒备的特定时间、地点等情况下突然实施攻击。

这种突如其来的袭击能在军事上和心理上给敌方造成巨大的压力，从而使敌方在慌乱之中做出错误的判断，采取错误的行动。

对于企业管理者而言，要想做到攻其不备，出其不意，首先要做好分析工作，也就是说要知道对手哪些地方准备充足，哪些薄弱。

有一位名叫威尔逊·哈勒尔的英国商人，60年代初来到美国定居，后来他购进了一家制造清洁液的小公司，开始经营一种名叫“配方409”的清洁液。

到了1967年，“配方409”已经占领美国清洁剂产品市场的5%，并获得了专利权。

正当哈勒尔准备在美国全面扩展“配方409”清洁液的时候，突然遇到了一个强大的竞争对手——美国宝洁（P&G）公司。

该公司实力雄厚，生产的“象牙肥皂”闻名美国。

后来他们又推出了“新奇”清洁液，使哈勒尔的“配方409”清洁液遇到了重大挑战。

这一次，宝洁公司在命名、包装和促销“新奇”产品时，投入了比“象牙肥皂”更大的资金，进行了耗资巨大的市场调研，采取了声势浩大的宣传推广。

因为资金充足，宝洁公司满怀信心要打败哈勒尔。

然而，它也有“不备”的一面。

哈勒尔判断宝洁公司不会去密切注意他的行动。

于是他利用小公司灵活多变、行动迅速的特点，用“攻其无备，出其不意”的方法与宝洁公司竞争。

哈勒尔一方面将“配方409”的包装、颜色加以改进来迷惑对方，另一方面派出调研人员，四处搜索对方的情报和市场信息。

当他打听到宝洁公司竞争要地——丹佛市被选为第一个测试市场时，哈勒尔便充分利用小公司灵活的特点，把“配方409”清洁液在丹佛市的广告促销停了下来。

<<品孙子兵法学管理>>

媒体关注与评论

日本企业的生存和发展有两个支柱：一个是美国的现代管理制度，一个是《孙子兵法》的战略和策略。

——日本学者 村山孚你想成为管理人才吗？
必须去读《孙子兵法》！

——美国管理学家 乔治《管理思想史》仅估计已知竞争者的当前战略优势无助于了解潜在竞争者的决心、持久力与创造力。

孙子，一位中国军事战略家，3000年前就发现了“出其不意、攻其不备”的战略。

——美国著名经营战略学家 哈默

<<品孙子兵法学管理>>

编辑推荐

《品 孙子兵法 学管理》：日本经营之神松下幸之助说，孙子兵法是我们成功的法宝，我要求职员对其灵活应用，这样企业才能兴旺发达。

<<品孙子兵法学管理>>

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:<http://www.tushu007.com>