

## <<1分钟爱上管理学>>

### 图书基本信息

书名：<<1分钟爱上管理学>>

13位ISBN编号：9787308094061

10位ISBN编号：7308094065

出版时间：2012-1

出版时间：浙江大学出版社

作者：姚余梁

页数：265

字数：220000

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>

## &lt;&lt;1分钟爱上管理学&gt;&gt;

## 前言

管理学的微博时代读本 巴曙松 在全球金融体系动荡的环境下，中国经济步入结构转型的新里程。通过管理水平的提高、管理的创新以及人力资源的开发来提升运行的效率，而不是仅仅依靠低劳动力成本、低要素价格来竞争，也就自然成为中国充满挑战的经济转型的重要内容之一。从整个经济转型的内容看，管理层面的改进构成了中国波澜壮阔的经济转型大潮最为关键的微观基础。

从这个意义上说，管理活动贯穿于商业经济活动的整个过程和各个环节。

从历史看，商业可谓源远流长，可以追溯到几千年前的三次社会大分工。

第一次大分工是畜牧业从农业中分离出来，第二次大分工是手工业和农业的分离，而第三次大分工则是商业从其他行业中分离出来，由此产生了商人阶层。

比如，吕不韦就是中国早期的一个商业代表人物。

虽然商业在中国有着几千年的历史，但是直到20世纪初，中国还是一个以农业经济为主的国家，原因之一可能是贯穿整个中国历史的“重文轻商”的传统思维。

改革开放以来，这个状况有了巨大的改变。

商业管理是一门专业的学问。

可想而知，在“重文轻商”的几千年里，商业管理没有可能发展成为系统的、可以专门传授的知识——缺少足够多的科研人员不断地开拓知识界限，缺乏足够多的职业经理人不断地实践商业管理理论，也缺少足够多的专业教授在学校里为学生授业解惑。

经过最近几十年的发展，商业管理的知识体系已经比较完善、自成一体。

如今，众多的商学院也迅猛地发展起来，成为广大学生和经理人学习或更新商业管理知识的殿堂。

管理知识的系统积累有多种途径：一种是依靠“street smart”，即依靠直觉而没有系统地学习管理知识；另一种是依靠“book smart”，即通过课程学习系统研究商业管理知识。

现实生活中，仅仅依靠“street smart”而不依靠“book smart”成功管理的企业家不乏其例。

但是，在过去的半个世纪，科技的迅猛发展从根本上改变了人们的生活，改变了企业运作的模式，今天的企业管理已经和昨天的很不一样了。

今天的企业管理呼唤科学管理，呼唤现代管理理念，呼唤“street smart”和“book smart”相结合。

伴随着信息技术和网络的高速发展，微博在中国迅速崛起，成为影响力迅速扩张的自媒体，这种微博平台可以有效融合不同阶层的判断，借助技术的手段，能够以更多的成本融合为“群体智慧”（CI，Collective Intelligence）。

其内在的逻辑就是：知识通过网络可以更快地传导，网络则可以把多方面的知识集成起来，逐渐形成“群体智慧”，提高现有知识的社会共享。

在现代市场经济条件下，懂一些商业管理知识很重要，无论是职业经理人还是非职业经理人，无论是为了企业效益还是为了个人利益。

懂一些商业管理知识可以理解一个企业是如何运营的，就可以更好地为企业作贡献，并在企业中更好地实现自己的价值；懂一些商业管理知识可以增加企业或自身的寻优能力，就可以为企业和自己作出更好的决策；懂一些商业管理知识可以理解不同的组织和个人的行为，就可以具有更优秀的领导力，构建一个有战斗力的团队。

不是所有的管理写作方式都是容易传播的。

从提高“群体智慧”的角度，我很乐意向大家推荐姚余梁博士的《1分钟爱上管理学》。

这是一本关于科技、信息、人和商业管理的书，它的核心思想是一个企业经营者应该如何利用信息和科技等手段制定最佳的商业策略，适应信息时代的需要，从而赢得激烈的竞争。

该书从多个视角观察并阐述核心思想，包括从信息经济的角度，从科技发展的角度，从人的本性的角度，从商业决策的优化和策略制定的角度，等等。

正由于此，我认为这本书可以说是管理学的微博时代读本。

《1分钟爱上管理学》可读性强，从我们熟悉的日常生活故事或者历史典故入手，结合很多明星企业的管理实践，解读大量的现代企业管理的理论，是一本值得推荐的学习企业管理的读物。

<<1分钟爱上管理学>>

同时，这本书是姚余梁博士十余年来教授美国工商管理课程的阶段性总结，对于中国的职业经理人来说，看一看美国职业经理人在课堂上都学什么，知己知彼，也是一件很有意思的事情。

是为序。

2011年11月14日于北京朝阳门内大街

## <<1分钟爱上管理学>>

### 内容概要

为什么尿布和啤酒会放在一起卖?为什么西瓜小贩要包熟包甜?  
为什么火车轨距都是一样宽?  
为什么会出现那么多剩女?

每一件日常小事其实都有它的管理学意义。

无论你是对管理学有浓厚兴趣的普通读者，

还是想了解如何利用信息资源、科技手段制定最佳商业策略、做出最优商业决策的管理者，本书都会是最好的选择。

全书以煎饼果子摊上的管理学应用为开篇，通过贴近生活的生动案例和风趣幽默的语言，深入浅出地为读者传授经济学、管理学知识，引导读者以管理者的眼光认识生活，发掘出其潜在的管理学意义，并将这些知识应用到具体的管理实践中去。

丰富的知识配以生动幽默的语言，你手中的这本书将为你开启一段轻松学习管理的美妙之旅，让你一分钟爱上管理学！

## <<1分钟爱上管理学>>

### 作者简介

姚余梁博士现为美国里海大学(Lehigh University)商业和经济学院副教授(终身教授)、讲席教授,同济大学上海高校特聘讲座教授(东方学者),中国科技大学公共事务学院特聘课程教授,是国际知名的工商管理学学者,在国际顶级学术杂志发表过数篇有影响力的论文,曾获2007年国际供应链管理专业协会会员最佳论文奖、2009年里海大学管理和应用经济学领域突出研究成就奖。

姚余梁博士长期教授工商管理硕士(MBA)课程,其学生很多都是来自财富500强公司的高级管理人员。近年来他还为波音航天航空公司、美国马里兰州航空管理局、美国食品工业协会、摩托罗拉公司、浙江供应链协会等国内外知名企业及协会提供管理咨询。

## <<1分钟爱上管理学>>

### 书籍目录

序言 管理学的微博时代读本

前言 这是一本深奥而又简单的书

第一章 信息、科技和人的经济学

煎饼果子里的“为什么”

以不变应万变的经济管理

信息、科技和人的三角结构

第二章 当传统管理学碰到现代电子商务

为什么在音像专柜买不到童安格的光碟？

为什么古时候流行结拜兄弟？

“苹果四代”和“四袋苹果”有什么相同之处？

为什么火车的轨距都是一样宽？

为什么不同部位的猪肉价钱不一样？

如何让孔子更富裕一些？

第三章 搜索带来的信息革命

流感和电影票房有什么共同之处？

谷歌是怎么从雅虎的“小弟”混成“大哥”的？

斯巴达克斯和陈胜、吴广有什么相同点？

为什么忠勇双全的黄盖在今天越来越少？

为什么会出现那么多的剩女？

第四章 科技诚可贵，信息价更高

为什么西瓜小贩要包熟包甜？

为什么尿布和啤酒放在一起买？

如果韩信活到今天，还会不会是一个好领导？

为什么要和女友的前男友交朋友？

为什么火眼金睛反而是一种累赘？

第五章 一个好汉三个帮

为什么猪八戒化斋老睡觉？

为什么高考应该出分前报志愿？

## <<1分钟爱上管理学>>

将在外，君命有所不受能放心么？

为什么“剩女”越剩越难嫁出去？

做饭和洗碗应该如何分工？

为什么90年代在美国租不到《阿甘正传》？

为什么一纸契约能值十万雄兵？

### 第六章 挑战人性的弱点

为什么夫妻之间比男女朋友之间少敲竹杠？

为什么驴和球员都会偷懒？

为什么说超威半导体公司是公司版的慕容复？

带刺铁丝网如何解决吃“大锅饭”的问题？

如何治愈“星期一综合征”？

美国人个个都是白求恩吗？

### 第七章 能说比会做更重要

为什么老有演艺明星的负面新闻？

为什么娶老婆要看老婆一家人的素质？

为什么离婚要比结婚难？

哈佛大学著名教授如何成为赌场老板的？

为什么说阿Q是被“托儿”害的？

为什么西施在职场会那么抢手？

### 第八章 信息技术不再重要？

铁路、电力和信息技术的共同点是什么？

信息技术到底如何提供竞争优势？

未来的信息技术将是怎样的？

银子只能埋在地下么？

## <<1分钟爱上管理学>>

### 第九章 社交网络的新革命

你和巴菲特的关系有多远？

社交网站，你今天用了没有？

为什么柴进的人缘那么好？

### 第十章 做一个有理想的决策者

为什么要学习猴子而不学习秦少游？

曹操愿意花多少银子找铁扇公主借扇子？

为什么不要试图优化家庭生活？

如果吴三桂参加《一掷千金》，结果会怎样？

5个理性的海盗怎么分100枚金币？

女人真的比男人理性么？

为什么说在北京平均27岁贷款买房不算早？

### 第十一章 战略决策，系统管理

为什么给父母打电话没什么说的？

为什么说拜金女的婚姻更稳定？

沃尔玛“天天平价”是在学雷锋么？

所有战争的共同点是什么？

为什么说沃尔玛供应链的成功有消息树一半的功劳？

海湾战争中美军最大的悲剧是什么？

为什么中国足球的水平一直上不去？

后记 这本书是怎么“炼”成的

## &lt;&lt;1分钟爱上管理学&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：商场也如战场，随着科技进步和时代变迁，商场上的“战争”从局部封闭的环境演变到开放、全球化的态势。

在传统的商场模式下，每一个商场，甭管多大，其影响力都是有限的，也就是自己附近几公里、最多十几公里的范围。

商场与商场之间的竞争也存在，比如两家商场盖在一起，但是这样的竞争相对有限。

比如王府井百货大楼和西单商场，它们之间的竞争很小，其结果是王府井百货大楼搞促销活动基本上对西单商场没有任何影响，西单商场在制定自己的销售策略时也不会把王府井百货大楼考虑进来。

互联网给商场的营销带来了巨大的变化，可以说是根本的、革命性的变化，因为网上商城不再受地域限制，很自然地，所有的网上商城都是竞争者，由此形成了激烈的竞争，甚至把商场变成了战场。这时候，还假装“两耳不闻窗外事”就跟不上形势了。

2010年年底的时候，京东商城、当当网和卓越亚马逊之间的“价格战争”可谓是相当惨烈。

先是京东商城采取大举降价措施，对图书、数码、日用百货等11大类的商品展开总金额8000万元的年底大促销，热销商品价格将保持行业最低价。

当当网一开始还沉得住气，可到了后来，当当网终于急了，斥资几千万元也推出大幅降价促销活动，这一举措毫无疑问是针对京东商城前两天推出的降价措施。

卓越亚马逊也不甘寂寞，相继推出返券活动，将促销升级，基本上就是三个大汉在大街上拉开上衣敞开胸脯，相互比狠的架势，希望引来更多的围观群众。

这是一场价格战，更是一场用户争夺战。

在这样以价格为主导的战役中，消费者无疑成了最大的受益者，但是可以肯定的是，所有参与的网上商城都会深受其害，甚至那些没有参与的网上商城，也将受到打击，可谓“城门失火，殃及池鱼”。

其实，如果网上商城合理地采用网上定价的营销策略，这样玉石俱焚的价格战完全可以避免。

网上商城之间的竞争有异于普通百货大楼之间竞争的特点，一个是网上商城可以互相跟踪对方商品的价格，另一个就是可以随时更改自己的商品价格。

因此，在制定自己的价格策略的时候，网上商城最重要的是要先知道自己的顾客对价格的敏感性。

如果顾客对价格非常敏感，微小的变动就会带来大量顾客的变动，比如，降一点儿价就会吸引大量的顾客，而涨一点儿价就会失去大量的顾客。

那么如何才能知道自己的顾客对价格的敏感性呢？

网上商城可以在自己身上做实验，就像神农氏尝百草那样。

## &lt;&lt;1分钟爱上管理学&gt;&gt;

## 后记

这本书是怎么“炼成的”（一）大学毕业的那一年，临离校了，同学们都很伤感，天天喝酒，有说不完的话。

一天酒后，有一个不常见的别系的哥们搂着我的肩膀，情真意切地说：“我真的很羡慕你，又很担心你，你个子不高，技术也一般，去了那边你能行么？”

”看着他诚挚的双眼，我深深地感动了，握着他的手，坚定地说：“放心，哥们一定行，个儿不高，技术不行，咱用嘴把他们侃翻。

”第二天酒醒以后，我隐隐约约地记得他说的话，感到很奇怪，就专门跑去问他：“什么个子不高，技术也一般？”

”他说：“你不是去美国打NBA么？”

我听别人说的。

”我哈哈大笑，恍然大悟，说：“打NBA？”

就我？”

你听错了，我是去美国读MBA。

”（二）光阴荏苒，岁月如梭，一转眼我在美国教MBA都快10年了。

这10年里，学生来了，又走了，一批一批的。

作为一个老师，感到最有成就的事就是看着学生踌躇满志地来，摩拳擦掌地走。

这些学生中，有的找到新工作了，有的升职了；有的结婚了，有的生孩子了；有的去中国了，有的从中国回来了。

我虽然不能和每一个学生保持联系，偶尔听到他们的消息也是一件很有意思的事。

最有意思的是几年前发生在足球场上的一件事。

我从小就喜欢踢足球，直到现在还保持着踢足球的习惯。

在美国，我们有一个公司之间的联赛，一共有8支球队，每周都有一场比赛。

我虽然不在公司上班，但有一个朋友请我去做他们公司球队的外援。

我是一名中场队员，而且喜欢时不时地插上进攻。

。因为是公司间的联赛，第二天还要上班，所以我们一般踢得比较文明，动作不算大，身体接触也不算多。

可是这一天，我们和附近的某家大公司比赛，我很快就发现对方的一名后卫对我特别“照顾”，经常把我铲翻在地，整得我一点儿脾气都没有，在球门前也失去了应有的威胁。

我对他“吼”了几次，他也好像没听见一样。

我不记得我们有没有赢得那场比赛，赛后换鞋的时候，那名凶猛的后卫朝我走了过来，我赶紧把头扭到了一边，不愿意搭理他，可偏偏地，他走到我身边停了下来，我只好对他尴尬地笑了笑。

这时候，他说了一句话，让我大吃一惊。

他说：“姚老师，您好！”

”在球场上，很少有人知道我是一名教授，他们都是称呼我的名字，而且我敢确定，我之前从来没有见过这个人。

“你是……？”

”我张着惊讶得合不拢的嘴问道。

他回答道：“我是您的学生，一年前听过您的课。”

”我一下子明白了，他确实是我的学生，虽然我从来没见过他。

原来为了方便附近大公司的学生上课，我的课有一部分是通过卫星实时转播的电视教学。

学生自己公司的会议室内听课，我在学校的电化教室里讲课，教室里和电视台一样有好几个摄像头，还有一个导播。

学生可以看到我的图像听到我的声音，但是他们的会议室内只有电话，所以我看不到他们，但可以听到他们说话、发言。

## <<1分钟爱上管理学>>

在回家的路上，我努力地回想着：“我当年给了他什么成绩？从今天他对我的‘照顾程度’看起来，好像是不太满意啊。”

这是一个典型的信息不对称的例子，他们知道我长什么样，而我不知道他们长什么样。从那天起，我要求我所有的学生在新学期第一节课的时候都要提供一张照片，好让信息对称，万一将来和某一个学生在足球场上碰到，我就能把他认出来。

（三） 日常生活中的很多现象，都可以用管理学的知识来解释，用管理学的方法去解决。这是管理的真谛，也是生活的乐趣。

生活中如此，职场里也是如此。希望读者看了这本书能够具有批判性的思维、理性的思考和寻找最优的能力，在生活中做一个睿智的人，在职场里做一个优秀的人才。

不过，各位已婚男性读者，切记不要把从本书中学到的管理学理念运用到家庭生活里去哦。

（四） 感谢浙江大学出版社的王长刚、胡志远和陈静毅编辑，蓝狮子财经出版中心的王留全主编和宣佳丽编辑，他们在本书的出版过程中给予了大力支持并提出很多中肯的建议；特别是他们的敬业和精益求精的精神，令我由衷地佩服。

我的妻子杨晔给予了我最大的支持，是我创作的动力源泉，她是我每写一章的第一个读者，提供了细致的修改意见。

由于时间关系，不足与疏漏之处在所难免，敬请广大读者予以指正。

## <<1分钟爱上管理学>>

### 媒体关注与评论

俞敏洪 新东方教育科技集团董事长 本书以每个人都会经历的生活故事为寨倒，生动有趣地阐释了一系列重要而新鲜的管理学和经济学前沿理念，让我们在轻松的阅读中，体验美国MBA课堂案例教学的精彩。

学会用“批判性”的独立思维方式来思考和生活，将是我们阅读本书的最大收获。

王广宇 金陵投资控股有限公司董事长 无论是百年基业型还是新兴成长型，企业运营自有其内在规律。

今天，信息技术深刻地改变了人际关系及组织。

结构，加之金融市场周期变幻，企业家们更需要独立思考，多问些为什么。

我推荐本书，应可为诸位解惑。

王庆 中国国际金融有限公司投行部董事总经理 我们身边每天发生的很多事情，都有不同的管理学和经济学意义。

姚博士；的这本书用我们身边司空见惯的事例来讲解晦涩难懂的管理学、经济学理论，深入浅出且严谨。

不失为一种创新，让人读了一篇还想读下一篇；爱不释手。

马骏 德意志银行大中华区首席经济学家 管理学的理论基础之一是经济学，经济学的的一个主要分支就是研究人、信息和企业的关系。

在信息爆炸的时代，有的经济学理论被颠覆了，有的经济学猜想被验证了，这些也激发了管理学理念在短时间内飞跃式的革新。

姚余梁博士的这本新书以经济理论为基础，用生活中的故事和企业事例诠释最新的管理理念，新颖而又深刻，懂得一读。

沈建光 瑞穗证券亚洲公司董事总经理、首席经济学家 姚博士这本书的内容丰富，独具匠心，以信息管理为主线，以生活中的故事为表送方式，通俗易懂、寓意深瓢，读之使人时常莞尔一笑。

霍佳震 同济大学经济与管理学院院长 姚博士是一位治学严谨、国际知名的。管理学学者。

在管理学方面的高深造诣，使他得以在讲述抽象的管理学知识的时候举重若轻。

这是一本适合公司高管、普通白领和在校学生等广一泛读者群阅读的好书。

## <<1分钟爱上管理学>>

### 编辑推荐

《1分钟爱上管理学:妙趣横生生活中的MBA课》可读性强,从我们熟悉的日常生活故事或者历史典故入手,结合很多明星企业的管理实践,解读大量的现代企业管理的理论,是一本值得推荐的学习企业管理的读物。

同时,这本书是姚余梁博士十余年来教授美国工商管理课程的阶段性总结,对于中国的职业经理人来说,看一看美国职业经理人在课堂上都学什么,知己知彼,也是一件很有意思的事情。

## <<1分钟爱上管理学>>

### 名人推荐

本书以每个人都会经历的生活故事为案例，生动有趣地阐释了一系列重要而新鲜的管理学和经济学前沿理念，让我们在轻松的阅读中，体验到美国MBA课堂案例教学的精彩。

学会用“批判性”的独立思维方式来思考和生活，将是我们阅读本书的最大收获。

——俞敏洪 新东方教育科技集团董事长 无论是百年基业型还是新兴成长型，企业运营自有其内在规律。

今天，信息技术深刻地改变了人际关系及组织结构，加之金融市场周期变幻，企业家们更需要独立思考，多问些为什么。

我推荐本书，应可为诸位解惑。

——王广宇 金陵投资控股有限公司董事长 我们身边每天发生的很多事情，都有不同的管理学和经济学意义。

姚博士的这本书用我们身边司空见惯的事例来讲解晦涩难懂的管理学、经济学理论，深入浅出且严谨，不失为一种创新，让人读了一篇还想读下一篇，爱不释手。

——王庆 中国国际金融有限公司投行部董事总经理 管理学的理论基础之一是经济学，经济学的的一个主要分支就是研究人、信息和企业的关系。

在信息爆炸的时代，有的经济学理论被颠覆了，有的经济学猜想被验证了，这些也激发了管理学理念在短时间内飞跃式的革新。

姚余梁博士的这本新书以经济理论为基础，用生活中的故事和企业事例诠释最新的管理理念，新颖而又深刻，值得一读。

——马俊 德意志银行大中华区首席经济学家

<<1分钟爱上管理学>>

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>