

<<哈佛商学院管理全书（全10册）>>

图书基本信息

书名：<<哈佛商学院管理全书（全10册）>>

13位ISBN编号：9787511714220

10位ISBN编号：7511714226

出版时间：2012-1

出版时间：中央编译出版社

作者：哈佛商学院教程研究工作室 主编

页数：全10册

字数：2300000

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>

<<哈佛商学院管理全书（全10册）>>

内容概要

哈佛商学院，商界的梵蒂冈。
MBA，成功与富有的象征。

以前，美国的年轻学子梦寐以求进入法学院与医学院，现在则纷纷拥向商学院，去追求MBA文凭。
哈佛MBA学位是全球各科硕士学位中含金量最高的。

MBA是通往上流社会的通行证。

哈佛商学院培养的是总经理人材。
这一宗旨近一个世纪以来从未改变。
哈佛之所以名满天下，是因为哈佛商学院抱着以培养总经理为己任这一坚定不移的宗旨。

它不一定培养“知识分子”，但是要造就“能力分子”；它不注重造就知识型的“专业人才”，而是要造就“职业老板”。

哈佛MBA基本的风险分析、财务分析、制定策略的技能都是相当高明的。

毫无疑问，不论毕业生将来从事何种行业，哈佛商学院都教给了他们一套企业管理和增加利润的方法。

哈佛的教学将工商界高层管理经验浓缩在两年的学习中。
学习使学生们广泛地接触了经营管理的各个领域，并提供了各种决策的工具和构架。

哈佛毕业生受到了良好的基础训练，使他们接触到一个企业可能发生的所有问题。
因此其特点之一，就是可以巧妙地处理各种各样的情况，有极强的适应能力及解决问题的能力。

书籍目录

- 第一章 哈佛大学和哈佛商学院
 - 第一节 哈佛大学
 - 第二节 哈佛商学院
- 第二章 哈佛商学院的教育制度
 - 第一节 哈佛商学院的入学标准
 - 第二节 哈佛MBA的课程安排及学制
 - 第三节 哈佛的案例教学法
 - 第四节 毕业生择业
 - 第五节 哈佛学子论哈佛
- 第三章 人事管理
 - 第一节 人的需要和管理风格
 - 第二节 人员管理
 - 第三节 管理之道在于“借力”
 - 第四节 建立人才队伍
 - 第五节 人员沟通
- 第四章 行销与营销
 - 第一节 行销策略与行销行动
 - 第二节 营销
- 第五章 会计与财务
 - 第一节 怎样看懂财务报表
 - 第二节 如何合理地减少纳税
 - 第三节 投资分析
 - 第四节 财务结构分析
 - 第五节 成本分析
 - 第六节 财务分析、规则与控制
- 第六章 生产与作业管理
 - 第一节 生产管理
 - 第二节 工厂管理
 - 第三节 品质管理
 - 第四节 作业管理
 - 第五节 新产品发展决策的研究
- 第七章 劳动管理
 - 第一节 激发职工的积极性
 - 第二节 发挥经过专门训练的职工的作用
 - 第三节 专业技术人员的管理
 - 第四节 薪资制度与员工福利
- 第八章 经营活动的管理
 - 第一节 经营活动
 - 第二节 经营活动的控制
- 第九章 预测管理
 - 第一节 预测理论
 - 第二节 战略规划
- 第十章 资讯系统管理
 - 第一节 MIS的意义
 - 第二节 资讯系统的产生

<<哈佛商学院管理全书 (全10册)>>

- 第三节 如何设计资讯系统
- 第四节 管理资讯系统
- 第五节 资讯案卷的管理——存菁去芜
- 第十一章 组织管理
 - 第一节 组织的重要性
 - 第二节 组织分类
 - 第三节 组织结构
 - 第四节 组织设计
 - 第五节 大规模组织的运用
 - 第六节 非正式组织
 - 第七节 组织结构的变革
- 第十二章 统计学
 - 第一节 统计学的研究方法
 - 第二节 如何开展一个项目的研究
 - 第三节 集中趋势和离散趋势
 - 第四节 随机变量与概率分布
 - 第五节 回归分析和相关分析
- 第十三章 经济学
 - 第一节 宏观经济学
 - 第二节 微观经济学
- 第十四章 战略管理
 - 第一节 战略管理的概念及制定
 - 第二节 战略实施管理
 - 第三节 战略控制管理
 - 第四节 管理战略的转变
- 第十五章 竞争战略
 - 第一节 竞争战略形成
 - 第二节 产业结构分析
 - 第三节 决定竞争强度的结构因素
 - 第四节 基本竞争战略
 - 第五节 顾客矩阵
 - 第六节 生产者矩阵
 - 第七节 顾客矩阵与生产者矩阵组合
- 第十六章 管理决策
 - 第一节 决策
 - 第二节 决策分析的重要性
 - 第三节 决策的选择与决策之道
 - 第四节 决策程序
 - 第五节 战略性决策
 - 第六节 案例决策
- 第十七章 管理者手册
- 第十八章 管理的趋势
- 第十九章 经营管理者
 - 第一节 经营者的任务
 - 第二节 经营者的工作
 - 第三节 经营者的工具
 - 第四节 经营者的时间

<<哈佛商学院管理全书（全10册）>>

- 第五节 经营者的资源
- 第六节 经营者的行动
- 第七节 高层次管理者
- 第八节 经营者的明天——接受未来的挑战
- 第九节 经营管理者自我检测
- 第二十章 怎样做一个出色的经理
- 第二十一章 理想中的事业与现实中的环境
- 第二十二章 谁都能干总经理吗
- 第二十三章 新的领导物理学
- 第二十四章 来自非智力因素的成功
- 第二十五章 智力因素与非智力因素的复合
- 第二十六章 经历：领导能力的熔炉
- 第二十七章 效率来源之一：组织学习
- 第二十八章 效率来源之二：沟通
- 第二十九章 效率的来源之三：激励
- 第三十章 第一次当总经理
- 第三十一章 信息论的应胃
- 第三十二章 公司诊断
- 第三十三章 成事在人
- 第三十四章 道德与责任：永恒的困境

<<哈佛商学院管理全书（全10册）>>

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>